



L'intervista
Stefano Possati (Marposs): «La Borsa è all'orizzonte»

5



Confindustria
Italo Carfagnini: «Fusione in Romagna con un arbitro terzo»

7



Affari di spiaggia
Ombrelloni e lettini superstar, quelli di Nanni sbarcano a Miami

11

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

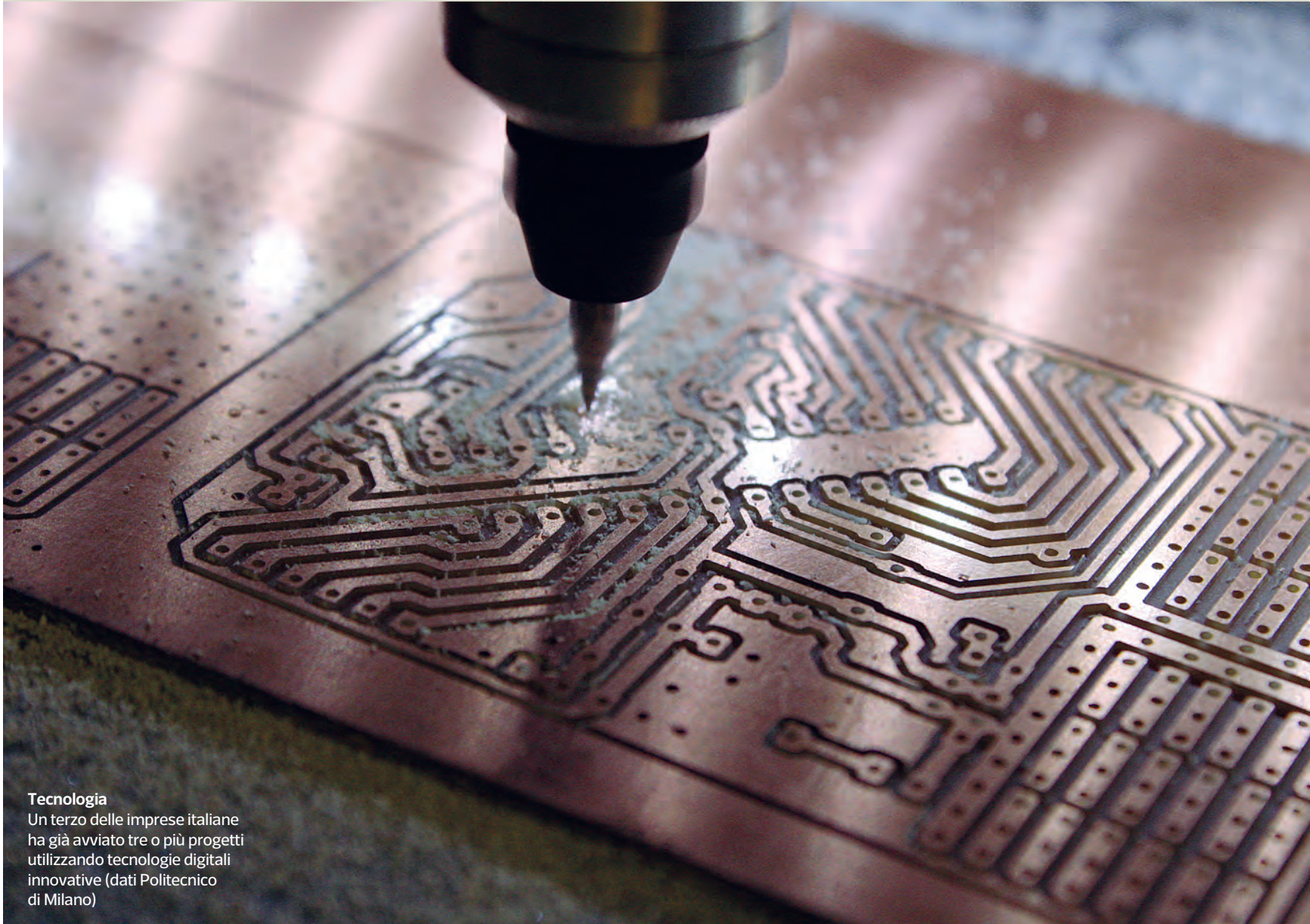


L'editoriale
Brexit e Ttip, un'occasione «europea»
di **Giorgio Prodi**

«Grande è la confusione sotto il cielo, la situazione è eccellente», diceva Mao Tze Dong. Non si può negare che il detto di Mao sia, oggi, di grandissima attualità. Brexit, lo stallo nelle negoziazioni per il Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP), i dubbi sulla rettifica da parte del Senato americano del Trans-Pacific Partnership (TPP) stanno minando le basi dell'architettura istituzionale internazionale uscita dalla seconda guerra mondiale. Con sfumature diverse tutti questi fatti sono una risposta a un sentimento comune di sfiducia che vede la democrazia soccombere agli interessi dei grandi gruppi di potere, della grande finanza, delle istituzioni internazionali. Il Regno Unito decide di uscire perché i suoi cittadini credono di aver ceduto troppa sovranità a Bruxelles, l'opinione pubblica europea vede nel TTIP una minaccia alla sovranità dei singoli Paesi, e non si crede che l'Ue sia in grado o voglia proteggere i principi, come il principio di precauzione, che pur il Parlamento Europeo nel suo mandato alla Commissione per i negoziati ha definito non in discussione. La Brexit è sicuramente l'espressione più visibile di un disagio che si sta diffondendo in moltissimi paesi europei. I «burocrati di Bruxelles» in questi anni sono stati utilizzati come scusa per giustificare qualsiasi politica impopolare messa in atto a livello nazionale. Spesso non era così ma, ormai, poco importa.

continua a pagina 15

Primo piano



Tecnologia
Un terzo delle imprese italiane ha già avviato tre o più progetti utilizzando tecnologie digitali innovative (dati Politecnico di Milano)

Prove tecniche di futuro

Le imprese emiliano-romagnole alle prese con Industry 4.0. Roland Berger: «Qui imprenditori più consapevoli che altrove». Si muove tutto il sistema Confindustria e la Regione. Il caso Warrant: un integratore di innovazione. Ma Bonfiglioli Consulting avverte: «La digitalizzazione non è dietro l'angolo. Bisogna procedere per gradi»

L'intervento

Le corporate academy
Uno strumento strategico
al servizio delle aziende

di **Concetta Rua e Sara Teghini**

In questi anni, nonostante il perdurare della difficoltà economiche del Paese, numerose imprese italiane hanno scelto di perseguire la strada dell'innovazione, privilegiando coraggiosi cambiamenti dei loro modelli di business e concentrando gli investimenti sul capitale umano. Invece che chiudersi contraendo gli investimenti, le imprese di successo hanno scommesso sui fattori di competitività tangibili e intangibili. All'ampliamento della ricerca di nuovi mercati, dell'acquisto di nuovi macchinari e del-

l'introduzione di innovazioni, si aggiungono come risorsa strategica gli investimenti nel settore della ricerca e sviluppo e della formazione. In particolare la formazione aziendale rappresenta, mai come ora, un punto nevralgico nei modelli di crescita sul capitale umano e le Corporate Academy stanno diventando uno degli strumenti privilegiati per le aziende più strutturate per formare in maniera innovativa, allineando le proprie attività di sviluppo di competenze e conoscenze altamente specializzate con le strategie di crescita nel medio e lungo periodo. Nate per formare prioritariamente il personale interno, le Academy si vanno progressivamente aprendo agli altri stakeholder, dai clienti ai fornitori, ad altre aziende del gruppo.

continua a pagina 15



PRIMO PIANO

Crapelli (Roland Berger): «Sulla via Emilia imprenditori più consapevoli che altrove. Vendere di più e integrare la filiera»

«Industry 4.0? Cambiare il modo di fare affari»

Chi sono



● **Valter Caiumi**, presidente Confindustria Modena e presidente della Holding Cifin, che controlla il Gruppo Emmege

● **Alberto Vacchi**, numero uno di Unindustria Bologna e presidente e ad di Ima

● **Cristian Cassani**, direttore generale di Sacmi

● **Roberto Crapelli**, ad di Roland Berger Italia

di **Andrea Rinaldi**

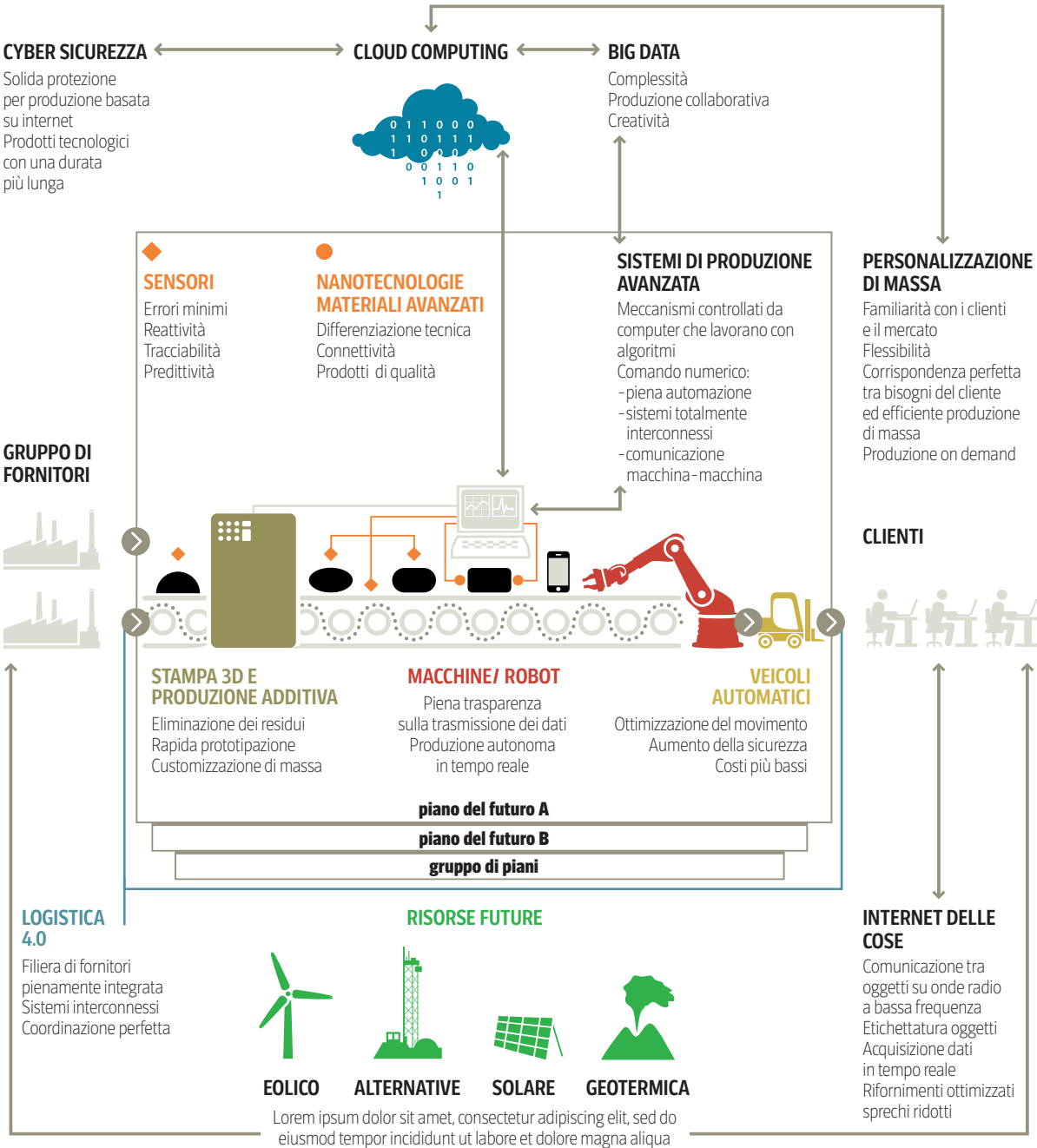
«Il nuovo modello produttivo? In Emilia-Romagna non è ancora nato, però vi sono imprese con punte di performance più elevate che nel resto del Paese». **Roberto Crapelli**, managing director di Roland Berger Italia, prima società al mondo ad aver coniato il termine Industry 4.0, è molto netto quando posa il suo sguardo sulla via Emilia. «In Italia esiste un 25% di aziende che dopo la crisi è diventata una piccola multinazionale; un altro 25% in conclamata crisi; e un restante 50% che ha bisogno di politiche industriali, ecco — dice Crapelli — nella vostra regione queste percentuali mutano rispettivamente in 26%, poco meno del 25% e 40%. Tra i vostri imprenditori c'è più consapevolezza rispetto ai colleghi del Centro-Nord della necessità di digitalizzare i processi manifatturieri».

Fondi europei

La Confindustria regionale presenta un progetto formativo per tutte le pmi

Bastava essere all'ultima assemblea generale di Confindustria Modena per accorgersi di quanto alto fosse l'interesse per il tema. Non sono tantissimi i pilastri della manifattura 4.0, dodici per la precisione: realtà aumentata, stampa in 3d, collegamento a monte e a valle della produzione con amministrazione e logistica, big data per anticipare la richiesta del mercato, flessibilità nelle soluzioni su misura del cliente, robot di nuova generazione, identificazione automatica dei pezzi, controllo di qualità, dialogo tra le macchine e controllo dell'efficienza delle stesse da remoto, controllo del prodotto e manutenzione nel post vendita. Ma sono parametri vitali per rimanere sul mercato globale. Secondo l'Osservatorio Smart Manufacturing della School of Management del **Politecnico di Milano** quasi un terzo delle imprese italiane ha già avviato tre o più progetti utilizzando tecnologie digitali innovative come l'Industrial Internet of Things, l'Industrial Analytics, il Cloud Manufacturing, l'Advanced Automation, l'Advanced Human Machine Interface o l'Additive Manufacturing. E il mercato dello Smart Manufacturing nel 2015 in Italia vale già 1,2 miliardi di euro: per quest'anno poi è prevista una crescita del 30%. Di tutti questi

La fabbrica del futuro



Fonte: Roland Berger

centimetri

aspetti, quello più sperimentato — la stampa in 3d — quest'anno raggiungerà i 7,3 miliardi di euro, che potrebbero lievitare a 21 entro il 2020 (Consumer Technology Association e United Parcel Service). E tornando all'Emilia-Romagna? Siamo i primi per numero di Fab Lab in Italia con 19 laboratori dedicati alla fabbricazione digitale; la Lombardia, seconda, ne ha 16 in tutto. E proprio in fatto di hub, Modena e Reggio Emilia avrebbero dato via a un derby, con la prima che vorrebbe concentrare al **Demo-center** il centro di eccellenza sulla fabbrica intelligente, mentre la seconda vorrebbe fare altrettanto al **Tecnopolo** Reggio Innovazione,

mettendo insieme internet delle cose e meccatronica. La giunta Bonaccini dal canto suo si è mossa per tempo. In questi giorni infatti dovrebbero uscire i risultati del bando per innovare le competenze delle imprese emiliano-romagnole finanziato con 10 milioni di euro del Fondo sociale europeo. Tra i progetti presentati anche quello di Confindustria regionale; se otterrà il finanziamento, dall'autunno sensibilizzerà a tappeto tutte le Pmi sui concetti di industria 4.0. L'associazione degli industriali si sta spendendo molto in questo senso: a giugno si sono contate ben tre assemblee — Piacenza, Ravenna e Modena — dedicate all'argomento,

e così ha fatto parimenti **Crif-Nonisma** nel convegno Industria 2030. Lo stesso **Valter Caiumi**, numero uno degli imprenditori geminiani, lo ha detto chiaro e tondo: il problema principale della nostra industria è salvaguardare le filiere, la manifattura 4.0 è una grande opportunità in quanto facilita un sistema di produzione diffuso e a distanza, ma interconnesso. La sfida è mettere in condizione anche i piccoli fornitori di entrare in connessione con l'azienda capofiliera attraverso internet delle cose. Tre settimane fa invece l'assessore **Patrizio Bianchi** ha annunciato il finanziamento di 42 borse di dottorato di ricerca, primo tassello

del programma triennale delle politiche formative 2016-18 e che nella manifattura 4.0 ha una delle sue pietre angolari. In regione, gli esempi sul campo si sprecano. **Sacmi** ha recentemente inaugurato nel distretto meccatronico di Piacenza la nuova sede di **Gaiotto**, azienda del gruppo imolese specializzata nella progettazione e commercializzazione di soluzioni per l'automazione industriale (dai robot all'handling), dedicando proprio un convegno a questa nuova visione, su cui vuole puntare molto già a partire da quest'anno. La **System** di **Franco Stefani**, dice il suo patron «ha abbracciato da 15 anni il movimento futuribile e futurista e già è entrata in industria 10.0»: fattura quasi 500 milioni di euro senza una sola macchina utensile interna, bensì ricorrendo a una filiera tutta emiliana e controllando a distanza con i computer i 4.000 codici di ogni macchina e impianto.

Il modello Industry 4.0 di **Ima** è stato adottato a inizio della crisi: il

Modelli a confronto

Ima e System già dentro la fabbrica del futuro. Stefani: «Non copiamo i tedeschi»

presidente **Alberto Vacchi** ha selezionato una quindicina di fornitori e poi è entrato in società con loro, con quote di minoranza per finanziare investimenti nei sistemi di collegamento informatizzato con la casa madre; eccola la filiera intelligente, che ha permesso di recuperare il 30% di produttività, diventando ancora più pericolosa per i competitor asiatici. Lo stesso Stefani ha rilanciato su un'«Industry 4.0 all'italiana», rispetto a quella «alla tedesca».

«Ma le fabbriche in Germania sono il doppio delle nostre, investono più risorse, più capitali — ragiona Crapelli — in Italia manca ancora una parte software che aumenti la digitalizzazione». Insomma a cosa devono puntare gli imprenditori emiliano-romagnoli e poi italiani? «Qualcosa di Industry 4.0 si comincia a vedere nella logistica, ad esempio con il tracciamento dei prodotti — concede Crapelli — ma l'obiettivo è vendere di più, perché in Italia siamo fornitori del mercato di qualcun altro. Basta uno di quei 12 pilastri. Industry 4.0 significa cambiare modo di fare affari, portando dentro qualche pezzo della filiera o affidando in maniera integrata il processo a qualcuno che prima era esterno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Ci vuole metodo per innovare: Warrant lo insegna»

Il fondatore Bellelli: «Una rivoluzione industriale in 3-4 anni, siamo in ritardo»

«S

teve Jobs non ha inventato niente, tuttavia ha creato Apple, l'azienda più innovativa degli ultimi quarant'anni. Il suo segreto? Aver intuito i bisogni dei consumatori prima che loro stessi se ne rendessero conto e aver integrato le tecnologie esistenti per soddisfarli».

Il ragionier Fiorenzo Bellelli vorrebbe vedere nella sua terra, l'Emilia-Romagna, centinaia e centinaia di piccole Apple. «Alcuni ingredienti, come l'intraprendenza e il saper fare, ci sono già — aggiunge —. Quello che manca ai nostri piccoli imprenditori è la curiosità di guardare il mondo fuori dai confini dell'azienda. Stanno ancora 14 ore in bottega, mentre fuori tutto cambia sempre più velocemente. Chi perde d'occhio il cambiamento è finito. Però Warrant Group è qui apposta». Warrant Group è la sua creatura. Si potrebbe definire una società di consulenza; ma in realtà è qualcosa di più e di più specifico: è un integratore di strumenti per l'innovazione. Una piccola Apple del terziario. Non tanto piccola, poi. Con 25 milioni di euro di fatturato consolidato previsto per quest'anno, 5.000 clienti, uno staff di 150 professionisti,

Chi è



● **Fiorenzo Bellelli**, reggiano, ha fondato Warrant group nel 1995

● Prima aveva lavorato alle arti grafiche Venturini come responsabile finanza e contabilità

30 dei quali ingegneri specialisti dell'hi-tech, è una delle maggiori realtà italiane, forse la prima in assoluto se si escludono le branch italiane delle grandi multinazionali della consulenza. Nonostante una sede ostinatamente mantenuta a Correggio, paese d'origine di Bellelli, ha uffici in tutta Italia e si articola in un una mezza dozzina di società operative. La fondò nel 1995, uscendo dallo storico gruppo reggiano di arti grafiche Venturini dove era responsabile dell'area finanza e contabilità.

«Mi ero reso conto — racconta — di quante difficoltà avessero le Pmi a rapportarsi con le banche e ad accedere agli strumenti di sostegno agli investimenti. Quasi nessuno, per esempio, immagina che sommando diverse agevolazioni tra loro cumulabili, spesso è possibile coprire anche il 100% dei costi di un'innovazione. Di qui l'idea di offrire un servizio che le aiutasse». In 21 anni di lavoro Warrant ha curato 15.723 progetti di finanza agevolata automatica, regionale, nazionale e comunitaria, per un valore complessivo di 12 miliardi di euro e un beneficio finanziario e fiscale per le aziende clienti di circa 810 milioni di euro. A tutto questo vanno aggiunti i 2.000 pro-

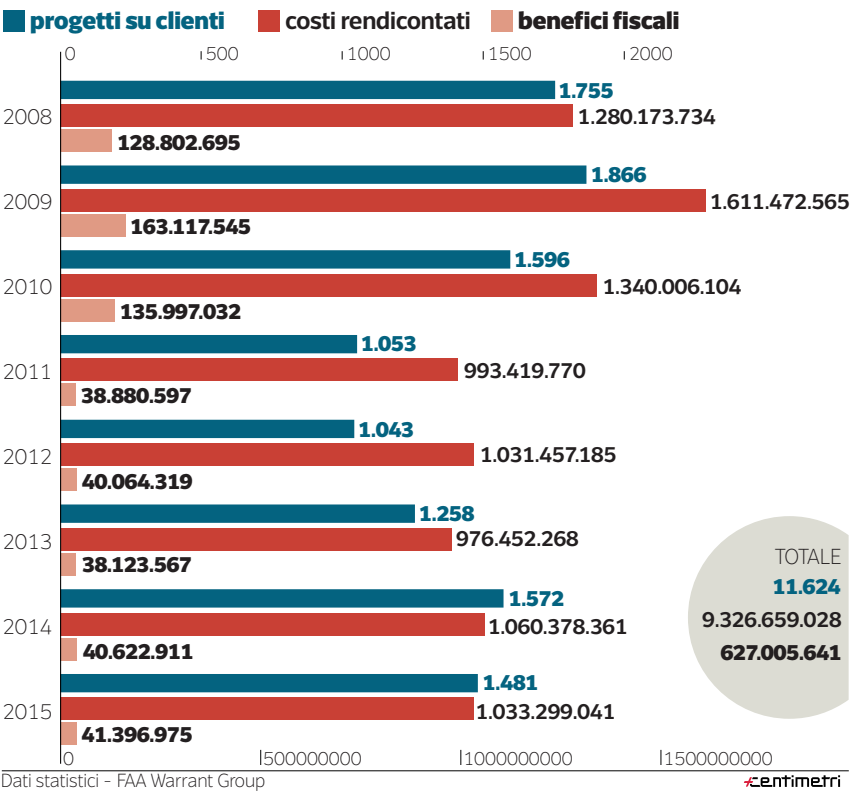
getti attualmente in corso, per un valore di altri 1,3 miliardi e un beneficio atteso di 130 milioni. Molti tra questi sono transnazionali, finanziati all'interno del programma Horizon2020, in qualche modo il fiore all'occhiello di Warrant che ha un track record di 80 progetti approvati e finanziati ogni 100 presentati. Spaziano dai nuovi materiali compositi all'edilizia a consumi zero, dalla sensoristica alla generazione da fonti rinnovabili, dai motori all'idrogeno e ibridi ai nanomateriali, dall'irrigazione a basso consumo alle soluzioni di riciclo dei materiali, fino alla modellazione matematica per le simulazioni computerizzate dei flussi. I clienti sono grandi imprese come Ferrari, Lamborghini, Brembo, Tetrapack, Bonfiglioli e Beghelli, ma anche medie aziende come Modelleria Brambilla, Dallara e Ama; e con loro decine di Pmi della filiera.

«Il dramma dei piccoli — dice Bellelli — è che nemmeno conoscono il loro fabbisogno di innovazione; quando lo capiscono è già tardi. Con l'accorciamento dei cicli di vita dei prodotti, infatti, un'azienda può finire fuori mercato nel giro di uno o due anni, a volte di qualche mese». Così anche Warrant Group ha dovuto pan piano cambiar pelle, diventando essa stessa suggeritore e stimolatore di innovazione. Ha creato un suo laboratorio per la ricerca industriale, Innovation Lab, un centro di formazione, Warrant



Presa di posizione
Un investimento strategico e non un costo Le aziende non sanno che gli incentivi coprono fino al 100%

I progetti finanziati



training, una società per il trasferimento tecnologico, Mox Off, in joint venture con il Politecnico di Milano, e infine Warrant Energy Side per l'efficientamento energetico delle imprese. «L'innovazione richiede una precisa metodologia: deve essere vissuta come investimento strategico anziché come un costo e va pianificata su un orizzonte pluriennale». Warrant parte da una carta d'identità tecnologica di ogni cliente, indica gli obiettivi e le potenzialità dell'innovazione da introdurre, individua le tecnologie esistenti sul mercato e i soggetti che possono fornirle, reperisce i finanziamenti agevolati nella jungla degli incentivi comunitari, nazionali e regionali. «Il sistema delle incentivazioni è farraginoso e lento rispetto ai tempi del

mercato — lamenta —. In Francia ogni domanda ha una risposta in 60 giorni, in Italia, che pure è un'isola felice, mediamente ci vogliono sei mesi».

La velocità oggi è tutto. Secondo Bellelli Internet delle cose, industria 4.0, i sistemi di stampa in 3d rivoluzioneranno la manifattura nel giro di 4-5 anni. «Noi siamo indietro: Il sistema della ricerca applicata è ancora polverizzato in tanti piccoli rivoli di campanile, le aziende stanno ancora alla finestra. Eppure c'è ancora una grande gap da colmare in termini di integrazione dei software, potenziamento delle reti, formazione del personale. O ci muoviamo in fretta, o perderemo il treno».

Massimo Degli Esposti
© RIPRODUZIONE RISERVATA

«La digitalizzazione non è dietro l'angolo»

Michele Bonfiglioli: «Tecnologie da valutare caso per caso. Tutto e subito è molto pericoloso»

D

a filosofia gestionale e manageriale, il lean manufacturing, la produzione snella che abbatte gli sprechi del 30%, diventa tecnologia con Industria 4.0. La diffusione dell'approccio lean in Italia è iniziata 20 anni fa a Casalecchio di Reno, dove Bonfiglioli Consulting opera dal 1973 e oggi prosegue con Michele Bonfiglioli, dopo il passaggio generazionale e un mercato che ha superato i confini: 7 milioni di euro, per il 60% in Italia (un terzo del quale in Emilia-Romagna), il 40% all'estero, soprattutto in Germania (15%) e la partnership con la rete di consulenza internazionale Cordenace. Dalle risposte di Bonfiglioli emerge grande interesse ma altrettanta prudenza, con qualche punta di scetticismo.

Industria 4.0 è una opportunità o una rivoluzione che vi travolgerà?

«La ragione del grande successo dell'approccio lean sta nella semplicità e nella chiarezza dei concetti. Perciò credo che continuerà a lungo. Industry 4.0 ha in comune la continua ricerca degli sprechi: applicata con giudizio, moltiplicherà gli effetti



Sul sito
Tutti gli articoli e le analisi si possono condividere e commentare sul sito [corrierediblog.it](#)

della lean. Si parla molto di questo trend, ma c'è anche tanta confusione».

Uno degli effetti più temuti riguarda l'occupazione. Ma anche il lean, per accrescere la produttività e ridurre i costi industriali, determina certe riduzioni di personale.

«Siamo molto attenti alle persone, ma a volte le situazioni sono talmente critiche che alcune scelte dolorose vanno compiute. Le persone saranno sempre necessarie, perché i prodotti e i modelli di business sono sempre più complessi. Solo le organizzazioni con persone motivate e formate potranno soddisfare la domanda di clienti sempre più esigenti e impazienti».

In effetti attribuite le inefficienze alla carenza di formazione, non all'eccesso di manodopera.

«La conoscenza e l'apprendimento continuo sono la base per restare sul mercato del lavoro. La nostra pensione sta in quello che sappiamo: finché conosceremo e sapremo fare qualcosa di innovativo, troveremo sempre nuove occasioni di lavoro. Abbiamo messo in pratica nella nostra Lean Factory School questo

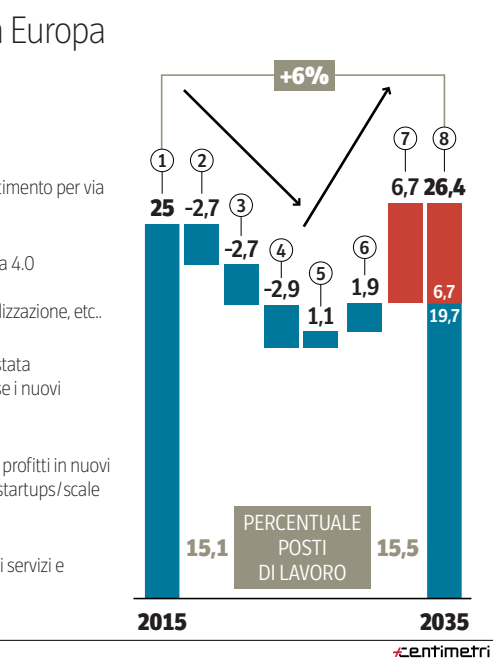
Occupati e competitività in Europa

- 2 - PRODUTTIVITÀ STORICA**
Produttività storica osservata nel 2000-2015
Include automatizzazione, lean manufact., etc.
- 3 - STORICA PERDITA DI PRODUTTIVITÀ**
Chiusura delle fabbriche e nessun ulteriore investimento per via della perdita di competitività
- 4 - RAMP UP INDUSTRIA 4.0**
Progressiva introduzione di soluzioni dell'industria 4.0 nell'assetto attuale (fino al 50% nel 2035)
Include automatizzazione, smart machines, digitalizzazione, etc..
- 5 - RICOLLOCAZIONE/MANTENIMENTO**
Mantenimento delle fabbriche grazie alla riacquisita competitività. Riallocazione delle attività sulla base i nuovi modelli di business i 4.0
- 6 - NUOVE ATTIVITÀ INDUSTRIALI**
Re-investimento del capitale risparmiato e nuovi profitti in nuovi prodotti industriali, macchinari (piattaforme con startups/scale ups ecosystem)
- 7 - NUOVI SERVIZI**
Re-investimento del capitale risparmiato in nuovi servizi e iniziative (start-up, scale ups)

Fonte: Roland Berger

concetto: imparare facendo».

Un sondaggio di Roland Berger sulla strategia industriale 4.0, condotto fra 250 top manager per il Forum economico italo-tedesco, sostiene che l'industria italiana è meno pronta a questa ulteriore innovazione ma potrebbe riceve-



re un grande impulso dalla partnership con l'industria tedesca.

«L'industria italiana è estremamente capace ad adattarsi ai cambiamenti, perché ha fatto della flessibilità e della velocità la propria forza. Vedo tanto fermento e voglia di sperimentare,

ma è bene evitare facili entusiasmi ricorrendo le mode del momento. Ogni azienda deve capire quali tecnologie implementare. Fare tutto e subito può essere pericoloso».

La stessa ricerca ritiene che gli effetti sull'occupazione saranno assorbiti, con un saldo positivo nell'arco di 20 anni. Chi sopravviverà, potrà consolarsi...

«È assai difficile prevedere cosa succederà nel 2035. Pensiamo al commercio elettronico: se ne parla dalla fine degli anni '90, ma è realtà quotidiana solo da pochi anni. Sarà così anche stavolta, prima che la digitalizzazione delle imprese divenga un fenomeno diffuso».

All'Emilia-Romagna basterà rafforzare la partnership con la Germania?

«In regione facciamo il 20% del fatturato. I nostri clienti hanno bisogno di risposte globali e per assecondarli dobbiamo esportare modelli organizzativi in ogni parte del globo. Stiamo già valutando la presenza diretta in India, Brasile e Vietnam. Per ora è un progetto...».

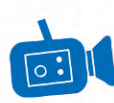
Angelo Ciancarella
© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALLNET.ITALIA
networks and more...



Da 16 anni in Italia, il distributore
informatico a valore aggiunto.



UNIFIED COMMUNICATIONS & COLLABORATION
DATA CENTER & CLOUD - NETWORKS & WIRELESS
SECURITY - IOT & MORE...

L'INTERVISTA

Stefano Possati

«Crescita, via obbligata per Marposs. L'anno scorso avviammo i contatti per la quotazione». L'obiettivo: preparare la successione e un futuro a lungo termine



«La Borsa all'orizzonte»

Chi è

Stefano Possati (Bologna, 1950) è presidente di Marposs, azienda fondata dal padre nel 1952. È entrato in Marposs nel 1974 dopo aver terminato gli studi, nel 1983 è diventato direttore generale, nel 1991 presidente

di Massimo Degli Esposti

«**Q**uella Padania che vince in Giappone» titolava Repubblica del 31 marzo 1989 raccontando l'incredibile storia di Marposs. A quel tempo il Sol Levante era la nuova frontiera della manifattura mondiale. Era però una meta preclusa perfino ai big del made in Italy, figuriamoci alle medie imprese emiliano-romagnole. Eppure Marposs, che allora fatturava l'equivalente di 60 milioni di euro e non aveva più di un migliaio di dipendenti, in Giappone c'era già da vent'anni; con 110 tecnici, una sede imponente, clienti come Toyota. Una «caso» nazionale, celebrato infatti sulle copertine dei principali settimanali economici europei. Al timone c'era ancora il fondatore Mario Possati; sarebbe mancato l'anno successivo lasciando il suo piccolo impero nelle mani del primogenito Stefano. Il quale potrebbe vantarsi di averne moltiplicato per dieci i confini, ma, indossando l'abituale understatement, ci accoglie nella sede di Bentivoglio, alla periferia Nord di Bologna, ricordando che «parlare poco è già parlare troppo».

Via, presidente, ammetta almeno che siete stati i pionieri italiani di quell'internazionalizzazione oggi invocata da tutti...

«Erano altri tempi. Bastava un ragazzo con la voglia di viaggiare e una segretaria che parlasse tre lingue. Cominciammo così quando ci rendemmo conto che non potevamo abbandonare le nostre macchine di misurazione a bordo di macchine automatiche vendute da altri. Fu una scelta vincente perché ci permise di accreditarci anche in Paesi difficili e lontani come il Giappone, però grandi importatori di macchine italiane e tedesche. Oggi, però, andare all'estero anche con una struttura minima costa milioni, cifre non alla portata di aziende medio piccole. Anche per questa ragione ora le dimensioni sono un fattore di competitività cruciale».

Marposs è cresciuta tanto. Due anni fa avete raddoppiato la fabbrica cinese, avete collezionato una decina di acquisizioni anche in Germania, Francia, Stati Uniti, siete entrati in nuovi settori, come i controlli di qualità per l'aerospazio e il biomedicale. Continuerete?

«Le strategie possibili sono due: difendersi o crescere. Noi, pur con molti concorrenti di di-

mensioni per lo più medio piccoli non vediamo altra via che crescere. Lo faremo continuando con le acquisizioni di realtà più piccole ma redditizie, che possano portarci su nuovi mercati in settori che già conosciamo bene, o in nuovi settori su mercati che già presidiamo: vogliamo affrontare equazioni con una sola incognita, non con due».

«Adelante Pedro con juicio...». Ha scelto la prudenza?

«Vede, gli imprenditori di prima generazione hanno genio e grande passione. Le seconde generazioni, invece, possono fare qualcosa di buono se agiscono insieme ai loro dirigenti, guardando al lungo termine e usando la virtù della pazienza. Quando l'ho capito, quattordici anni fa, ho lasciato la carica di ad a un manager, Mario Gelsi che è un grande dirigente e un compagno di lavoro da 35 anni, restando presidente e azionista con i miei fratelli. Da quel giorno Marposs ha cambiato marcia».

Qualche mese fa si era sparsa la voce di un



Le seconde generazioni possono fare qualcosa di buono se agiscono insieme ai dirigenti con prudenza e lungimiranza. Abbiamo la responsabilità di 3.000 famiglie, dobbiamo maneggiare l'impresa con cura

vostro possibile debutto in Borsa. Conferma?

«Confermo: sul finire dell'anno scorso avviammo contatti con ambienti finanziari in prospettiva di una quotazione».

Però?

«Il progetto non è stato abbandonato, ma solo rinviato. Ora abbiamo le idee più chiare su ciò che comporterebbe lo sbarco in Borsa, siamo preparati ad affrontarlo e non escludo che possa concretizzarsi nel giro di qualche anno, vista anche l'accoglienza molto lusinghiera del mercato. Abbiamo deciso di lasciarlo nel cassetto perché abbiamo già risorse adeguate per possibili acquisizioni e per i prossimi investimenti e nel frattempo preferiamo occuparci di altre priorità».

Cosa vi aveva spinto, invece, a pensare alla Borsa?

«La necessità di dare al gruppo un assetto più strutturato in vista della futura successione. Oggi siamo tre azionisti, io e due dei miei fratelli, ciascuno con il 33%. Uno di loro ha scelto di restare fuori dall'azienda. Poi ci sono i nostri figli e le 3.000 famiglie dei nostri dipendenti. È una responsabilità grossa, da maneggiare con cura e lungimiranza».

Voi siete da sempre una delle migliori aziende hi-tech italiane. Come vi preparate alla rivoluzione di Industria 4.0?

«Per noi non vedo rivoluzioni, ma piuttosto un processo, iniziato 15-20 anni fa, che avanza. Le nostre macchine di misurazione, infatti, già da tempo sono in grado di dialogare con le macchine utensili per correggere gli errori o segnalare il rischio di un probabile guasto. È come un'auto che dice al conducente quando è il momento di cambiare le gomme. Oggi la stessa auto può anche prenotare il gommista. Domani andrà a cambiare le gomme da sola. La tecnologia c'è; basta avere la fantasia per immaginarsi applicazioni che la utilizzino».

Forse voi siete l'eccezione che conferma la regola. Il sistema Italia è più indietro?

«Non ha più molto senso parlare di sistema: il sistema non è la media, come insegna il pollo di Trilussa, ma un insieme di situazioni radicalmente diverse: in Italia c'è un gruppo di forse mille aziende fra i 50 milioni e i due miliardi di fatturato, tutte eccellenti e coerenti con un paese industriale avanzato e le altre, adagiate su un ambiente un po' troppo «amichevole» e «protetto», che oggi soffrono la concorrenza dei Paesi emergenti».

Quindi?

«In passato i governi erano spaventati da lobby anche piccole. In queste condizioni è difficile dare una sferzata di efficienza al Paese...»

Lei è stato fino a pochi giorni fa e per 15 anni membro del Consiglio superiore di Bankitalia. Come ha vissuto le polemiche di questi ultimi mesi?

«La qualità delle persone di Bankitalia è eccellente, gente capace e molto in gamba. Tra i consiglieri ho conosciuto solo persone molto libere, che hanno sempre difeso l'istituzione dalle ricorrenti pressioni della politica. Una bella esperienza, giunta ormai a scadenza naturale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda

La storia

La precisione bolognese che ha conquistato i cinque continenti

Sessantaquattro anni di storia (fu fondata nel 1952), da 46 anni radicata in Giappone, da 30 in Cina dove oggi lavorano 600 dipendenti in uno stabilimento raddoppiato appena due anni fa. Marposs è uno di quei gioielli industriali che hanno proiettato la meccanica hi-tech di precisione bolognese sulla ribalta nazionale e mondiale. Il nome deriva dalle iniziali del fondatore, Mario Possati, classe '22, già dirigente del gruppo meccanico Maccaferri. Si mise in proprio quando, agli albori dell'elettronica, intuì le potenzialità industriali di nuovi strumenti di misurazione capaci di scendere nell'universo dei micron. Oggi è il primo produttore al mondo nel settore della metrologia e del controllo di qualità in ambiente industriale; le sue macchine equipaggiano gli utensili impiegati in quasi tutta l'industria mondiale dell'automotive, di buona parte dell'industria aerospaziale, di quella biomedicale, della telefonia mobile e dei tablet. Per il 50% viaggiano a bordo di stazioni di lavoro prodotte da terzi, per il 50% sono vendute ai clienti finali, da Volkswagen a Toyota, da Sony ad Apple, da Airbus a Boeing. Presente con sedi e stabilimenti in una ventina di Paesi dei cinque continenti, il gruppo bolognese occupa nel mondo 3.100 dipendenti (1.100 in Italia, gran parte dei quali nella storica sede di Bentivoglio, alla periferia Nord di Bologna); ha chiuso il 2015 con 436 milioni di euro di fatturato, record storico assoluto, e un Ebitda del 18%. Per quest'anno è prevista un'ulteriore crescita fino a 460 milioni circa, con redditività analoga o leggermente inferiore a causa delle oscillazioni dei cambi; il 58% dei ricavi, infatti, è realizzato in valute diverse dall'euro, comprese quelle dei principali Paesi asiatici. La Cina è il secondo mercato di sbocco dopo la Germania, ma il primo considerando che tutti i colossi automobilistici tedeschi utilizzano gli strumenti Marposs per equipaggiare i loro impianti asiatici. Stefano Possati, nato nel '50, guida il gruppo dal 1990, dopo la morte del padre. È il primogenito di quattro fratelli, uno dei quali vive in America dal '76 e fu liquidato negli anni 80. Un secondo, Alberto, il più giovane dei quattro, è ancora azionista e consigliere ma non è più in azienda, mentre il terzogenito Edoardo è vicepresidente con responsabilità sui fatti societari e sulla finanza del gruppo. Il primo figlio di Stefano, laureato in giurisprudenza alla Bocconi, lavora per Marposs in Cina. Come il padre, anche Stefano è Cavaliere del Lavoro e fino a pochi giorni fa è stato membro del Consiglio superiore di Banca d'Italia, ora sostituito da un altro big bolognese, l'ex vicepresidente di Confindustria Gaetano Maccaferri. In passato ha ricoperto anche la carica di presidente dell'associazione di categoria Ucima.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MONOPOLI

Promec, la piccola **Ice** modenese in panne. «Lavoriamo nell'ombra»

Tagliati i finanziamenti alla Camera di commercio, saltano i grandi progetti per sostenere l'export. Il direttore dell'agenzia Bellei interviene per smentire le voci di una chiusura

La vicenda

● Promec è un'azienda della Camera di Commercio di Modena che favorisce l'internazionalizzazione delle pmi

● È nata nel 1995 e nel 2011 è diventata Italy Empower Agency

● Con l'addio di Maurizio Torreggiani al vertice dell'ente camerale si aspetta una nuova guida per Promec

Chi presiederà la Camera di commercio di Modena dopo Maurizio Torreggiani, che ha formalizzato l'uscita nel Consiglio del 24 giugno, avrà sotto la propria egida anche Promec, azienda speciale dell'ente con una carta di identità ormai ultraventennale. La mission, il supporto commerciale alle pmi con voglia di internazionalizzarsi, di cercare in sostanza nuovi clienti all'estero, la rende una sorta di piccolo Ice. Da ultimo le notizie non hanno tuttavia abbondato, se non per gli stanziamenti camerale, ridotti in genere dai voleri governativi e nel caso di Promec passati da oltre 1 milione l'anno a 850.000 euro nel 2014 e 700.000 nel 2015: sembrano noccioline, ma per le pmi non lo sono. «Questo progetto è assolutamente centrale per noi, si va avanti nonostante tutto», spiega però l'avvocato Stefano Bellei, direttore dell'agenzia in quanto segretario generale di Via Ganaceto.

L'azienda speciale nacque il 23 febbraio 1995 perché, recita il



Modena
La sede della Camera di Commercio e di Promec nella città della Ghirlandina in via Ganaceto

verbale della Giunta della Camera di quel giorno, «la competizione internazionale si fa sempre più accanita e avvincente», e alle imprese modenesi serviva l'appoggio di un'agenzia con personale «limitato ma qualificato, che conosce le lingue estere», che viaggi e lavori accettando orari «che non possono esse-

re imposti al personale camerale». Con la grande crisi del 2008, all'interno dell'ente partì una riflessione sull'esatto ruolo di Promec. L'esito è consistito in una struttura manageriale autonoma, o quasi: nel settembre 2008 la presidenza è passata a Erio Luigi Munari, dominus della Lapam. Poi, tramite bando, è

stato scelto come direttore Agostino Pesce, proveniente dalla Camera di commercio italiana a Nizza. Quindi, con l'agenzia giunta a una quindicina di addetti, ecco i protocolli con Unioncamere Emilia-Romagna e Regione, nell'ottica di diventare l'agenzia di sviluppo di riferimento di tutte le pmi da Piacenza a Rimini. La logica, visto anche il budget già limitato a una manciata di milioni annui, non era quella dei finanziamenti a pioggia: alle imprese assistite, dalla meccanica all'agroalimentare passando per il biomedicale, si chiedeva una compartecipazione alle spese, in sostanza un co-investimento in attività di formazione e marketing, come la partecipazione a fiere italiane ed estere o come l'ospitalità fornita ai buyers stranieri in visita a Modena. Come risultato, ogni anno Promec prevedeva decine, se non un centinaio, di iniziative in Paesi che andavano dalla Germania al Qatar.

I sogni, anzi, parevano persino più ampi, almeno guardando al nuovo nome scelto nel 2011:

Italy Empowering Agency. Ma, a fine 2012, Pesce tornò in Francia, Munari passò alla presidenza del polo Democenter-Sipe e il vertice aziendale tornò a coincidere con quello camerale.

«Da allora — dice Bellei — abbiamo ritenuto che la promozione estera delle nostre pmi non comporti il livello di esposizione pubblica, e perfino mediatica, del passato. Ci occupiamo ancora delle missioni alle fiere internazionali, ma non la riteniamo l'unica strategia vincente. Lavoriamo lontano dai riflettori con un'attenta opera di analisi e scouting, per offrire alle imprese modenesi non vetrine generiche, ma contatti b2b concreti, opportunità ben strutturate, cucite su misura. Promec, ad esempio, è stato scelto come capofila del progetto di sistema Temporary Export Manager». Sparito in fretta il marchio Italy Empowering Agency, è rimasto il sito ExpoMo.com, vetrina multilingue delle eccellenze modenesi con quasi 2.350 aderenti.

Nicola Tedeschini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



kirigamine zen

La bellezza è una condizione del benessere.



INSTALLATORI
QUALIFICATI
PROFESSIONALI

Richiedi subito un preventivo gratuito
scoprirai tutte le offerte sulla gamma
Mitsubishi Electric.

Sconti fino al

50%

Promozione valida fino al 31 luglio 2016

Tel. 051 383.382

CARPI: S.S. ROMANA SUD, 98

MODENA: P.le Natale Bruni, 34

BOLOGNA: V.le Sandro Pertini, 12/14

MONOPOLI

«La fusione in Confindustria Romagna? Ci vuole un **arbitro** super partes»

La proposta di Italo Carfagnini (Sof.T.Er), neoeletto presidente degli imprenditori di Forlì-Cesena

di **Andrea Rinaldi**

Un chimico e un lupo di mare. L'assemblea di Confindustria Forlì-Cesena ha pensato che ci voleva un uomo esperto di alchimie e un abile timoniere per guidare l'associazione dopo i travagli degli ultimi mesi, quelli che hanno inceppato la fusione con Rimini e Ravenna e hanno portato alle dimissioni del vecchio presidente Vincenzo Colonna. Nuovo numero uno è stato eletto Italo Carfagnini, 73 anni, radici abruzzesi, marinaio, gioviale, ma pragmatico, fondatore e patron della So.F.Ter di Forlì, produttrice di elastomeri e tecnopolimeri da oltre 300 milioni di ricavi.

Presidente partiamo da dove tutto è finito e poi ricominciamo. Forlì-Cesena aderirà a Confindustria Romagna?

«Penso di sì, se si vuole creare questo spirito della Romagna. In associazione ci sono state prese di posizione forti e malintese che io voglio ripianare: voglio ripartire da dove si è lasciato il discorso. Certo, non bisogna farla a tutti i costi, fusione non significa fare un minestrone. Si deve attuare con giudizio e affidando una *due diligence* a una persona terza, come se si dovesse fare un'acquisizione in campo aziendale, anche perché ci sono società di servizi che sono srl: se le fusioni si fanno alla carlona poi possono sorgere problemi a livello fiscale».

Chi potrebbe essere questo certificatore terzo?
«Qualcuno come Kpmg, ci sono tante società abilitate a studiare questi casi. Anche se verrà a costare 10.000 euro poi ce li divideremo tra noi, Ravenna e Rimini».

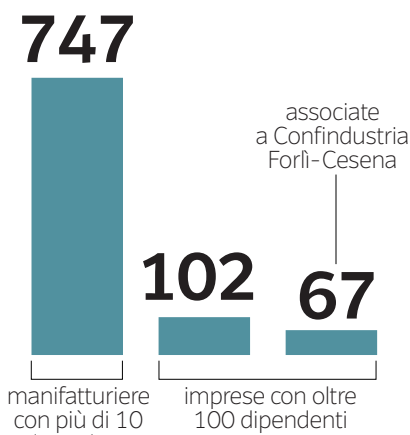
Ci sono punti oscuri in questa unione che secondo lei meritano attenzione?

«Non vedo criticità, però bisogna organizzare l'integrazione in maniera attenta, senza una rincorsa alle poltrone. Noi siamo qui per fare l'interesse degli associati. Mi hanno eletto e come proboviro vedo divisioni che mi fanno molto male, ma, ripeto, non ci deve essere nessuna caccia alla poltrona. Questa è una buona occasione per proiettare la romagnolità ad ampio raggio e all'estero. Ovviamente in un'ottica di risparmio di gestione e dei costi».

Quali sono i punti di forza del tessuto imprenditoriale che va a rappresentare e su quali dovrebbe scommettere?

«I nomi ci sono e sono altisonanti, proiettati all'estero e con orizzonte sempre più ampio: Amadori, Ferretti, Bonfiglioli, Marcegaglia, Electrolux, Martini, Technogym, noi come So.f.Ter. Quanto ai settori, l'agroalimentare ha ancora tanto da dare così come il wellness. E poi ci sono artigiani ammirevoli che vanno aiutati nell'internazionalizzazione, penso ai liutai di Forlì o a imprese come il cravattificio Regal di Sarsina, fondato da una ex-commessa

I numeri dell'associazione



LE GRANDI AZIENDE PRESENTI SUL TERRITORIO

Trevi	Electrolux
Technogym	Bonfiglioli
Amadori	Marcegaglia
So.F.Ter.	Martini
Ferretti	



Filosofia

Questa è una buona occasione per proiettare la romagnolità ad ampio raggio e all'estero



Internazionalizzazione
Bisogna far incontrare chi è andato all'estero con gli artigiani rimasti sul territorio

di via Montenapoleone e oggi portato avanti da Viletta Righi».

Ha già qualche idea?

«Cercando di far incontrare chi già va all'estero con chi è rimasto sul territorio e così far scaturire delle idee per internazionalizzare i secondi e a trovare i sistemi finanziari per aprirsi all'estero. Purtroppo qui nella Romagna alta c'è ancora una forte cultura contadina, sono un po' tutti invidiosi dell'orto del vicino, ognuno sta per conto suo... (ride)».

Intanto il Regno Unito ha deciso di uscire dall'Unione europea...

«Quei signori lì, gli inglesi, erano in una situazione di comodo, da tempo giocavano su due campi e la cosa gli ha permesso di ottenere dall'Unione Europea più finanziamenti di quelli che gli erano richiesti, ma sono convinto che potremo ottenere dei vantaggi. Bisognerà vedere le conseguenze finanziarie, al momento non riesco a valutarle bene, ma come So.F.Ter non abbiamo molto Oltremare quindi non mi preoccupa. Vent'anni fa ho fatto parte di un gruppo inglese con altre 50 aziende e siamo sempre stati premiati per la miglior redditività. Gli imprenditori inglesi cambiano macchinari solo quando diventano inservibili, noi invece li vendiamo prima che diventino vecchi e così ci ripaghiamo quelli nuovi: la nostra mentalità è avanti, dunque sono tranquillo».



Ora, invece, le chiediamo della sua carica di presidente di So.F.Ter.

«Abbiamo 320 dipendenti, nel 2015 abbiamo assunto 55 persone e abbiamo avuto risultati talmente buoni che abbiamo erogato al personale una 15esima. Nei primi 33 anni non ho mai distribuito utili, perché, essendo un chimico, non voglio avere problemi finanziari. Il fatturato 2015 è stato di circa 300 milioni di euro e nel 2016 contiamo di arrivare a 320-330 milioni. Il profitto è aumentato del 40% e le tonnellate di materiali lavorati del 12%».

A questo risultato ha contribuito la crisi dei mercati emergenti, grandi esportatori di materie prime?

«Sì, ma sa una cosa? Io mi son fatto un indice: un'azienda va in crisi quando i suoi oneri finanziari sono superiori al 3% del fatturato, perché si crea una spirale perversa, per cui si finisce a pagare più gli interessi alle banche che il resto. Noi siamo costantemente sotto l'1%».

Come guarda a questa seconda parte del 2016 So.f.Ter.?

«Ci stiamo avventurando nei polimeri non ottenuti da petrolio, cioè ricavati da fonti rinnovabili, non biodegradabili e duraturi. All'ultimo Salone del Mobile, per esempio, c'era la sedia Organic di Kartell realizzata con il nostro "Biodura", un materiale messo a punto da mio figlio e ricavato da scarti dell'agrochimica. Stiamo poi realizzando componenti per auto in plastiche rinforzate da fibre vegetali con caratteristiche meccaniche uguali a quelle ottenute con fibre di vetro; hanno un vantaggio: sono più leggeri. La Bmw l'ha già omologato».

Pensate di crescere con la finanza?

«No, cresciamo con le fabbriche. Abbiamo appena realizzato un impianto negli Usa e ora ci sposteremo verso Est, in India o in Cina, con un nuovo stabilimento produttivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il viaggio di Enea



di **Giovanni Fracasso**

Francesco **Mutti**, la leadership che costruisce il contesto

Il settore della trasformazione del pomodoro ha radici antiche a Parma e ha subito profondi cambiamenti nel corso del tempo: viene da chiedersi se sia ancora possibile crescere con un ritmo impetuoso in un settore così maturo. Ebbene proprio la Mutti Spa, azienda con oltre un secolo di storia, lo dimostra.

«La tradizione è custodire il fuoco, non adorare le ceneri» diceva Mahler. Francesco Mutti alla guida dell'azienda dal 1994, nipote del fondatore Marcellino, è riuscito nel difficile compito di coniugare tradizione (una doppia tradizione quella dell'azienda e quella della storia culinaria italiana) con l'innovazione e con la ricerca costante del miglioramento qualitativo. Consolidando gli antichi successi e aprendo la strada per i nuovi. Si può studiare il successo della Mutti Spa usando diverse lenti. Analizzando ad esempio l'ottima strategia di marketing. Oppure sottolineando gli effetti positivi delle (azzeccate) campagne pubblicitarie: come non rimanere incantati

dallo spot che riprende l'«Ode al pomodoro» del poeta Pablo Neruda?

Ma è sulla filiera che ci si deve soffermare per comprendere le ragioni profonde della crescita continua della Mutti. Qui sta uno dei segreti del successo dell'azienda: una filiera integrata consente di garantire un alto controllo della qualità e una maggiore efficienza nei processi produttivi. Da decenni, soprattutto per le grandi multinazionali alimentari, gli incrementi della produzione sono avvenuti anche a scapito della qualità del prodotto. La Mutti, invece, ha cercato di superare il trade off qualità/produzione, puntando sulla qualità della materia prima, trasformandola in vantaggio competitivo. Mutti ha siglato un accordo con il Wwf per la riduzione dell'impatto ambientale: l'azienda esegue il controllo dei consumi idrici durante tutto il ciclo di produzione del pomodoro. Dal 1999, prima in Italia, ha una certificazione per la produzione integrata e dal 2001 per la non presenza di organismi sulle piantine sia sul pomodoro fresco che



Dinastia Francesco Mutti, 47 anni, è ad del gruppo dal 1994 e figlio di Marcellino, il nipote del fondatore Giovanni

sul prodotto finito. Nel 2000 ha istituito il premio «Pomodoro d'Oro»: lo scorso anno sono stati selezionati 40 agricoltori sugli oltre 400 conferitori. Di questi 40 è stata premiata la piccola azienda agricola Aschieri per il prodotto di miglior qualità. Nel 2015 la raccolta di pomodoro conferita alla Mutti è stata di 280.000 tonnellate, quando Francesco Mutti prese in mano l'azienda era di circa 20 mila tonnellate.

Il leader è un costruttore di «contesti». L'attenzione che la Mutti ha dedicato alla filiera testimonia questa leadership. La crescita dell'azienda ha avuto ripercussioni positive sulla sua filiera, innescando un circolo virtuoso: si è verificata una pregiata osmosi tra l'azienda e gli agricoltori che le conferiscono la materia prima. Francesco Mutti ha saputo cogliere le opportunità del «crescere insieme». La sua esperienza imprenditoriale testimonia che la qualità non può che essere l'ubi consistam del Made in Italy alimentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

140

CORRIERE DELLA SERA



NUOVE FAMIGLIE, NUOVI DIRITTI

LE NUOVE FAMIGLIE

UNIONI CIVILI E CONVIVENZE
CHE COSA CAMBIA PER LE COPPIE ITALIANE



LE NORME SPIEGATE
UNA PER UNA

I PROBLEMI APERTI

Q+Q+ Q+Q+

A cura di Maria Silvia Sacchi e Elena Tebano

CORRIERE DELLA SERA

UN LIBRO PER CONOSCERE E CAPIRE LA NUOVA LEGGE SULLE UNIONI CIVILI

Con l'approvazione della legge n.76, nota anche come "Cirinnà" dal nome della prima firmataria, i diritti delle coppie omosessuali e dei conviventi di fatto sono stati riconosciuti da una legge dello Stato. Ma cosa prevede di preciso? E cosa cambia per le persone unite da un legame stabile ma non dal matrimonio? Corriere della Sera presenta un libro per fare chiarezza sui contenuti della legge, sul contesto in cui nasce e sulla cornice internazionale in cui si inserisce. E fa il punto sul dibattito tuttora in corso, sugli scenari che si aprono e sulle frontiere ancora da raggiungere.

IN EDICOLA DALL'8 GIUGNO A €6,90*

ACQUISTA ONLINE SU
CORRIERE STORE

DISPONIBILE IN E-BOOK

CORRIERE DELLA SERA

La libertà delle idee

MONOPOLI

I veneti di Mirandola: «Eccellenza solo qui»

Il nuovo stabilimento di Haemotronic sancisce il legame tra la famiglia Ravizza e la capitale del biomedicale modenese. Un boom di investimenti e ricavi dopo i lutti del terremoto

Non sono solo le multinazionali a far volare l'export (+ 29% nel 2015) e rendere globale il polo biomedicale di Mirandola. La bandiera tricolore sventola con forza anche grazie ad un famiglia veneta che nel Modenese ha messo radici e in quasi 40 anni di attività nel nostro territorio ha dato un grosso contributo allo sviluppo del distretto. Stiamo parlando della famiglia Ravizza che dieci giorni fa ha inaugurato il nuovo stabilimento della Haemotronic, l'azienda che controllano, rinata dopo i crolli e i lutti — quattro dipendenti morti — dovuti al terremoto del 2012, e ora in crescita esponenziale: una novantina di dipendenti in più negli ultimi quattro anni e un fatturato salito da 30 milioni ai quasi 40 attuali.

La storia della famiglia Ravizza diventa modenese nel 1979, quando dal veneto si trasferiscono a Mirandola. Una scelta obbligata? «Quasi. C'erano delle alternative, ma sicuramente è stata la scelta più intelligente perché qui c'erano le condizioni migliori e ottimali per chi voleva produrre dispositivi in plastica monouso: a Mirandola c'era e c'è l'eccellen-

Titolari
Da sinistra
Ettore e Mattia
Ravizza,
business
development
manager;
e Luigi Ravizza,
general
manager
di Haemotronic



za». Mattia Ravizza, business development manager di Haemotronic e portavoce della famiglia, spiega il trasferimento nel Modenese, diventata seconda patria dei Ravizza, con l'ambiente favorevole per una produzione così di nicchia e così globale: «I vantaggi offerti dal distretto sono incalcolabili, ci permettono di essere a stretto



Mattia Ravizza
Non ci spostiamo, qui ci troviamo grazie al tessuto di conoscenze che ci assicurano produzione di qualità

contatto con multinazionali che fatturano decine di miliardi di euro e si crea una forte interdipendenza dovuta al sistema di produzione che ci rende indispensabili gli uni agli altri».

Secondo Mattia Ravizza il cluster modenese è l'elemento principale della loro resistenza in un settore dominato dai marchi internazionali: «I nostri sono dei prodotti certificati, dobbiamo attenerci ai regolamenti dell'ambito sanitario ed è un lavoro congiunto che dura anni. Vista la complessità del processo è difficile sostituire un fornitore sia per le multinazionali che per noi stessi. È fondamentale l'affidabilità».

Un legame stretto, un nodo difficile da sciogliere visti gli alti standard richiesti dal mercato biomedicale, sempre più tecnologico. «Oggi con Haemotronic esportiamo in 55 Paesi e vendiamo a oltre 300 clienti i prodotti in un portfolio verticalizzato che spazia dalla componentistica, alle sacche per contenere farmaci, al prodotto finito confezionato e sterile». Grandi passi avanti da quando il fondatore dell'impresa, il farmacista veronese Bruno Ettore, quasi quarant'anni fa decise di spostare l'industria farmaceuti-

ca nel Modenese dove i figli Renato e Luigi e i nipoti Mattia ed Ettore si sono specializzati nei dispositivi biomedicali.

Attualmente Haemotronic ha suddiviso le sue attività in Italia tra Mirandola, Carbonara Po (in provincia di Mantova) e San Prospero (in provincia di Modena); ma anche uno stabilimento a Reynosa, in Messico. La presenza in terra straniera «permette una migliore penetrazione nell'importante mercato nordamericano» spiega Mattia. Che aggiunge: «Non abbiamo nessuna intenzione di spostarci da Mirandola: qui si trovano benissimo grazie al tessuto di conoscenze diffuse presenti nel territorio che ci assicurano una produzione di eccellenza e la collaborazione con le multinazionali. Un sapere ad alto valore aggiunto che ci permette di non trasferirci in altri territori dove magari sono presenti maggiori infrastrutture di comunicazione e un minore costo del lavoro. I vantaggi del distretto sono superiori». Il livello di competenze locali è la carta vincente di questa azienda familiare veneta, ormai con passaporto modenese.

Gian Basilio Nieddu

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da oggi siamo ancora più vicini al tuo business.

Volkswagen Veicoli Commerciali raccomanda **Castrol EDGE PROFESSIONAL**

Numero Verde **800.400.300** www.volkswagen-veicolicommerciali.it

**Apri una nuova Concessionaria più vicina a te.
Vieni a scoprire tutta la gamma Volkswagen Veicoli Commerciali.**

È l'occasione perfetta per migliorare il tuo lavoro. Qualunque esigenza tu abbia, il nostro personale saprà indicarti il modello giusto per te. Non troverai solo un veicolo, ma uno strumento adatto a supportarti in ogni situazione. Potrai scegliere fra un'ampia gamma che comprende Caddy, Transporter, Crafter e Amarok.

Volkswagen Veicoli Commerciali. Il lavoro come lo vorresti.



**Veicoli
Commerciali**



Concessionaria Volkswagen

RAVENNA: Via Trieste 227/X - 48122 RAVENNA

Tel. 0544 591931 - info@svaplus.it www.svaplus.it

seguici su facebook



BUSINESS DI STAGIONE

Se la **vacanza** slow è da borghigiani

L'Emilia-Romagna vanta 4 alberghi diffusi: si dorme in alloggi storici, si pranza in trattoria o si fa la spesa sotto casa. Così ci si immerge nella vita del paese evitandone lo spopolamento

Chi è



● Giancarlo Dall'Ara, riminese, è ideatore del format albergo diffuso

● È coordinatore dell'Accademia dell'Accoglienza e docente di marketing nel turismo

● Il primo albergo diffuso è nato in Carnia nel 1976, per di utilizzare a fini turistici case e borghi disabitati in seguito al terremoto

La stagione degli hotel all inclusive e dei pacchetti da mille e una notte non tira più come prima, oggi i turisti preferiscono vivere esperienze autentiche. E poco importa se con qualche comodità in meno. Ciò che conta è il bagaglio di ricordi che si porta casa. È questa la filosofia che sta alla base del modello turistico dell'albergo diffuso, creato negli anni '80 da Giancarlo Dall'Ara. Oggi in tutta Italia se ne contano 120 esempi, quattro in Emilia-Romagna.

«L'albergo diffuso — spiega l'ideatore — è una struttura ricettiva unitaria, gestita in forma imprenditoriale, che si rivolge a chi è interessato a soggiornare in un contesto urbano di pregio, a contatto con i residenti, usufruendo dei normali servizi alberghieri». Un concetto di ospitalità che porta i turisti a integrarsi con gli abitanti del luogo, fino a farli diventare di casa. Gli alloggi, divisi in appartamenti o camere, sono sparsi in diverse strutture, in genere antiche, dislocate su tutto il centro storico. Prima colazione e servizi di pulizia vengono sempre garantiti. «Gestiamo sei case, siamo a conduzione familiare e non è facile gestire tutto. Per far trovare biancheria pulita ogni gior-



no, dobbiamo organizzarci con gli orari e fare la spola tra un numero civico e l'altro. Se si sbaglia bisogna rifare la strada» racconta Silvia Santolini, titolare dell'albergo diffuso «Le Case Antiche» di Verucchio, nato nel 2010 sui ripidi colli di Rimini. C'è poi chi si convenziona con il bar del paese, chi porta la colazione a letto, o chi fornisce una

di lista di ristoranti convenzionati dove mangiare. «Di fatto si vende lo stile di vita di un luogo. Non è solo il gestore a guadagnarci, ma tutto il territorio — sottolinea Dall'Ara-. È un modo concreto per rivitalizzare i piccoli borghi che rischiano di rimanere senza abitanti. E il modello sta andando bene in tutta Italia».

Relax
Turisti stranieri all'albergo diffuso Al Vecchio Convento di Portico di Romagna

Il primo in regione a sperimentare questa filosofia nel 2004 è stato Portico di Romagna, 400 abitanti, tra Ravenna e Firenze, dove la famiglia di Massimiliano Cameli ha dato vita a «Al Vecchio Convento». Con tre anni d'anticipo rispetto alla decisione dell'Emilia-Romagna di dotarsi di una legge, poi aggiornata nel 2013, per normare questo genere di strutture. «Prima abbiamo creato un hotel a 3 stelle. Poi nel '94 abbiamo ristrutturato la prima dependance, e da lì non ci siamo più fermati. Ora abbiamo camere e appartamenti in tutto il centro storico» aggiunge Cameli che ha puntato tutto sul marketing diretto. Negli anni è andato con le sue stesse gambe all'estero a raccontare che cosa significa soggiornare in un albergo diffuso. E oggi a Portico di Romagna il 90% dei turisti è straniero. Arrivano qui da tutto il mondo per immergersi nel ritmo senza stress di un paesino dell'Appennino.

Non è però sempre facile dare vita a realtà come queste, ne sa qualcosa Daniele Valgimigli, titolare dell'Albergo ristorante «La Rocca di Brisighella» nel Ravennate. Non sono ancora un esempio ufficiale di ospitalità diffusa, ma in un anno lo saran-

no.

«Per ora i nostri alloggi sono collocati in un unico edificio, ma stiamo ristrutturando altri appartamenti — sottolinea Valgimigli — I visitatori che vengono qua potranno mangiare la carne della macelleria sotto casa, visitare aziende vitivinicole e entrare a far parte della vita quotidiana di Brisighella». Secondo la normativa regionale l'albergo è diffuso solo se rispetta alcuni criteri: il borgo non deve avere più di 8.000 abitanti, e la struttura deve essere composta da almeno sette unità abitative distanti al massimo 300 metri dalla reception. «È un modello che non si presta alle nostre coste — ricorda Andrea Corsini, assessore regionale al Turismo —. Tuttavia se qualcuno ne vuole aprire uno al mare, valuteremo ogni proposta». Ma se in spiaggia è poco ambito, per l'Appennino questa realtà è l'ideale. «È un modo per far conoscere le montagne. Con la nostra struttura abbiamo ridato vita all'intera zona. Dove c'è turismo, c'è speranza» ricorda Alessandro Mainardi, 30 anni, titolare dell'albergo «Casa delle favole», nel comune di Ferriere (Piacenza).

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

OLTRE 400 AZIENDE AL CONVEGNO SUL WELFARE 2.0

Straordinaria partecipazione all'evento promosso dallo Studio Ziveri Srl all'Hotel Parma & Congressi

Coniugare una politica di riduzione dei costi con il benessere dei propri dipendenti è possibile, grazie al welfare aziendale. Una forma di retribuzione integrativa non monetaria, costituita da benefits e prestazioni, totalmente defiscalizzata per i lavoratori e vantaggiosa anche per l'impresa, che potrà contare su una maggiore motivazione e un accresciuto senso di appartenenza. Di questo strumento innovativo e in espansione, ma anche della detassazione dei premi di risultato, delle agevolazioni fiscali per le imprese che concedono servizi welfare ai dipendenti, fino alla flessibilità della prestazione lavorativa, si è parlato nel corso del convegno «La riduzione dei costi del lavoro per il 2016», organizzato all'Hotel Parma & Congressi, dalla società di Software Studio Ziveri Srl, in collaborazione con il sito Dottrina Per il Lavoro, alla luce delle recenti modifiche legislative introdotte dal Jobs Act e dalla nuova Legge di Stabilità.

Oltre 400 i rappresentanti delle maggiori aziende operanti anche a livello nazionale che hanno partecipato all'evento, promosso in occasione del ventennale dalla fondazione della società. Si è voluto dedicare una giornata di riflessione a un tema di grande attualità che coniuga la riduzione dei costi del lavoro con la creazione di valore, per le imprese e per il personale. Soprattutto in un momento in cui il cuneo fiscale non accenna a diminuire, si è ritenuto utile approfondire le opportunità date dagli sviluppi della contrattazione aziendale. Ad aprire l'incontro, moderato dal commercialista Giacomo Rolli, è il funzionario del Ministero del Lavoro e curatore del sito dottrinalavoro.it Roberto Camera: «La contrattazione collettiva di secondo livello può apportare numerosi vantaggi, soprattutto se gli obiettivi sono condivisi con i lavoratori. Infatti, parlando di premio di risultato, ad esempio, l'accordo decentrato può prevedere la possibilità, per i dipendenti di scegliere se percepire l'emolumento in denaro (con un'imposta sostitutiva

del 10%) o in servizi di welfare, completamente detassati e, quindi, con il vantaggio di un aumento della retribuzione reale e una riduzione dell'impatto fiscale e contributivo dei compensi non monetari». Gabriele Bonati, esperto in diritto del lavoro e amministrazione del personale e noto pubblicista per *IlSole24Ore*, sempre in merito alla detassazione dei premi di risultato, precisa come «la politica retributiva integrativa, se si sceglie di aderire al piano welfare, potrebbe preservare il netto della busta paga dando più potere d'acquisto ai dipendenti e quindi maggior benessere».

Il tema del welfare aziendale viene approfondito da Raffaele Rizzardi, commercialista e componente del Comitato Tecnico della Confédération Fiscale Européenne: «Sono rilevanti le modifiche all'articolo 51 del Tuir come la novità che prevede che, ai fini dell'esenzione, non è più richiesto che le spese in oggetto siano sostenute volontariamente dal datore di lavoro. Viene poi ampliato il novero delle erogazioni agevolate aventi finalità sociali, educative ed assistenziali: viene esteso il beneficio (previsto prima solo per asili nido e colonie climatiche) a tutti i servizi di educazione e istruzione, anche in età prescolare, ai centri estivi e invernali e alle ludoteche. Viene inoltre introdotta la possibilità di favorire i servizi di assistenza ai familiari anziani o non autosufficienti».

Sugli aspetti previdenziali del welfare aziendale e le verifiche da parte dell'Istituto previdenziale, interviene poi Antonio Positano, funzionario della direzione generale dell'Inps di Roma e pubblicista Eu-



roconferenza: «Anche a seguito dell'istituzione dell'Ispettorato nazionale del Lavoro la funzione di verifica amministrativa a posteriori dell'Istituto viene sostituita dai nuovi controlli di vigilanza documentale, a presidio della correttezza dei flussi assicurativi e contributivi, col fine di contrastare il fenomeno dei lavori fittizi e quello delle false compensazioni e dell'indebita percezione dei benefici contributivi». Subito dopo, l'avvocato e docente di diritto privato all'Università di Parma Antonio Giovati interviene sulla flessibilità in uscita (che prevede contro il licenziamento illegittimo un indennizzo economico anziché la reintegrazione) a un anno dalle tutele crescenti con «la speranza che si trovino soluzioni applicative equilibrate che evitino abusi e mantengano nel solco dell'innovazione». Chiude l'incontro l'esperto di diritto del lavoro e direttore del



Sito dottrinalavoro.it Eufrazio Masini: «Nelle modifiche al Jobs act si tratta il tema dei voucher, affinché non produca «lavoro nero», dei contratti di solidarietà da difensivi a espansivi (per la creazione di occupazione) e del lavoro agile, ossia la possibilità di operare da remoto». Un incontro dal taglio pratico al termine del quale, dopo le esaurienti risposte ai numerosi quesiti pervenuti, lo Studio Ziveri Srl ha comunicato la trasmissione a tutti i partecipanti degli atti del convegno, in via telematica.



BUSINESS DI STAGIONE

Nanni Sald prende il **sole** a Miami

L'azienda riminese di brandine a settembre avvierà la produzione anche Oltreoceano grazie a una società in Florida. Una storia lunga 106 anni cominciata con l'arredamento delle colonie in Riviera

La storia

● Nanni Sald nasce nel 1910 a Rimini come ditta produttrice di letti in ferro

● Vengono prodotte reti per i letti delle colonie

● Nel 1972 nasce il primo lettino da spiaggia in ferro zincato a caldo e verniciato

● Nel 1977 arriva la prima produzione di lettini prendisole in alluminio anodizzato

● Nel 2011 a Miami nasce Nanni Usa

Un raggio di sole romagnolo brilla sulla sabbia di Miami. La riminese Nanni Sald, che realizza lettini da spiaggia dal 1910, da settembre inizierà la produzione anche in Florida. L'azienda aveva già messo radici nel Paese a stelle e strisce nel 2011 dove aveva fondato la Nanni Usa, fino a oggi rivenditrice dei lettini prodotti nello stabilimento di via Togliatti a Viserba.

Il salto oltreoceano non è stato semplice. Se in un primo momento la qualità e il made in Italy sembravano bastare, il titolare Walter Nanni, affiancato dalla moglie Luisa Acciaio, si è dovuto ricredere. «Ho ereditato un'azienda sulla cresta dell'onda, ma per continuare a surfare ho dovuto allargare i miei orizzonti».

Una storia lunga 106 anni quella della Nanni, iniziata in un capannone dove il bisnonno e il nonno di Walter lavoravano il ferro. «Producevano le reti da letto a castello per le colonie marine che il Duce aveva costruito in Riviera. Poi con l'arrivo delle concessioni balneari, mio nonno Pasquale pensò che era arrivato il momento di produrre un articolo da mare. E la Nanni Sald, durante il boom economico degli anni '60, fu la prima in Italia a realizzare i lettini da spiaggia in ferro. Ricordo che nel 1972 costavano 4.500 lire l'uno».

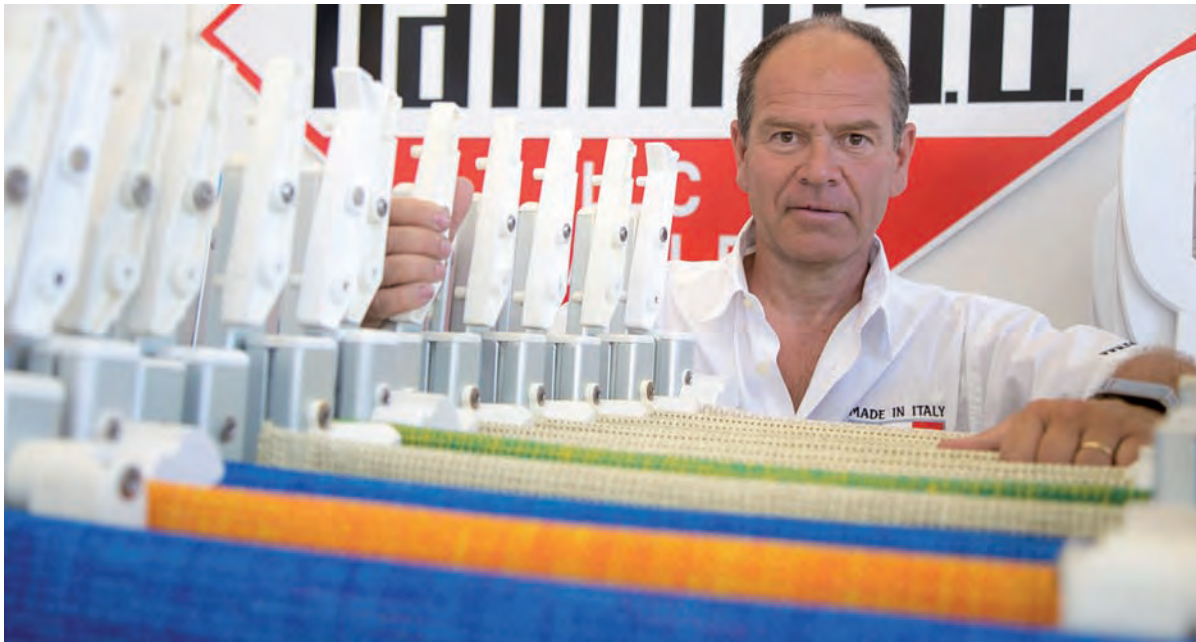
Poi la Nanni continuò a cavalcare il fermento che negli anni '70 e '80 pulsava in Riviera. «Le tele dei nostri lettini abbandonarono le classiche righe colorate rosso, giallo e blu e puntammo sul bianco e sul panna. Ma non bastava; il

mercato chiedeva altre novità, così mio padre Aldo, che oggi ha 80 anni, pensò di realizzare il primo prototipo di lettino in alluminio». Anche il dramma della mucillagine, che investì la costa romagnola negli anni '90, non fermò l'azienda. «In quegli anni il mercato vide un rallentamento e la nostra azienda si poté dedicare al perfezionamento dei dettagli tecnici della brandina in alluminio — continua Walter Nanni, che entrò in azienda nel 1988 — Da quel momento iniziammo a vendere il nostro prodotto in tutta Italia».

Nel 2005 il padre Aldo passa il testimone dell'azienda al figlio Walter. «Sono cresciuto tra chiodi, tele e lettini e oggi lavoro 16 ore al giorno. Ho iniziato a guardare Oltreoceano nel 2010, quando in Italia è iniziata la crisi economica. Così ho deciso di esportare e nel 2011 è nata la Nanni Usa. Se fino a oggi abbiamo prodotto esclusivamente nello stabilimento di via Togliatti a Viserba e venduto il nostro prodotto in America, dal prossimo settembre inizieremo a produrre a Miami in partnership con l'azienda statunitense Source Outdoor. Abbiamo ceduto a questa azienda il nostro know how così produrrà con



Mercato americano
Abbiamo ceduto all'azienda Source Outdoor il nostro know how e produrrà con una royalty ventennale



una royalty della durata ventennale. Non è stato facile entrare nel mercato americano, ci siamo dovuti fare conoscere e avere i primi clienti. Oggi riforniamo i Caffè Segafredo a Miami. Inoltre l'azienda ha iniziato ad allargare la gamma dei suoi prodotti, commercializzando ombrelloni, tavoli e sedie».

E se in Italia continuano le incertezze sul mondo balneare, causate dalla direttiva Bolkestein, la Nanni Sald allunga sempre di più il suo sguardo. «I bagnini in Italia non investono più, da qualche anno cambiano solo le tele e fanno piccole manutenzioni. Inoltre partecipare alle fiere italiane non è più conveniente, se anni fa si poteva guadagnare fino all'80% del fatturato, oggi si fatica ad arrivare al 3%. Fortunatamente il nostro

prodotto è richiesto a Malta, ma anche a Formentera, negli Emirati Arabi, a Zanzibar, in Thailandia e a Manila».

Nanni ha già pronti i lettini di domani. «Alla fiera HD Expo a Las Vegas abbiamo presentato due novità. "Odisseo" è un letto da spiaggia due metri per due con telaio in alluminio, rivestito in ecopelle nautica. Invece "L'energia delle persone" è una sedia in alluminio con una stampa dell'artista riminese Gianni Caselli».

La percentuale di export dell'azienda romagnola si attesta intorno al 15%. «In un giorno riusciamo a produrre 200-250 lettini con telaio in alluminio e la tela in poliestere rivestito in pvc. Per comprare una brandina in Italia servono 130 euro più Iva, negli Usa il costo è di 750 dollari — chiarisce l'imprenditore, che in

Erede
Walter Nanni, titolare della Nanni Sald di Rimini in mezzo alle sue brandine. Il papà Aldo gli ha ceduto l'azienda nel 2005

azienda conta dieci dipendenti dopo avere recentemente automatizzato la produzione - Il prezzo americano è cinque volte più alto perché gli statunitensi non chiedono sconti sulla qualità».

Infine Nanni spiega il ciclo produttivo che porta il suo brand in tutto il mondo. «Da settembre a novembre visitiamo le fiere, da dicembre e gennaio ci dedichiamo alla produzione. Da febbraio ad agosto inizia il periodo più intenso di lavoro, con ordini, produzione e consegne». La Nanni ha introdotto due linee produttive sul modello americano: una tradizionale e una veloce. Quest'ultima prevede il 5% di maggiorazione sul prezzo, ma il prodotto viene consegnato in poche ore.

Anna Budini
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Magnani cambia volto alla spiaggia vendendo l'**ombra**

Nata nel 1948, realizzava ombrelli da passeggio con le canne di bambù. Oggi esporta in Russia e Costa Rica

Una rivoluzione può passare attraverso un ombrellone da spiaggia? A giudicare dalle vecchie foto in bianco e nero del litorale romagnolo si direbbe di sì. Una volta l'unica ombra che poteva regalare refrigerio sugli assolati lidi romagnoli del Dopoguerra era quella delle tele sorrette alla buona da un palo di legno, come fossero tante vele. Poi quel rudimentale riparo è stato cancellato dagli ombrelloni. Se oggi quei cerchi d'ombra in file ordinate sulle spiagge sono nell'immaginario di chi sogna vacanze alla «Rimini Rimini» il merito è anche della Magnani R.T. di Cesena.

Tutto ebbe inizio nel 1948 con Renata Turci Magnani — da cui la sigla accanto al cognome dell'impresa — che era la nonna di Gianni e vendeva gli ombrelli da passeggio nei mercati. Le stecche le raccoglieva lungo il fiume Savio selezionando le canne migliori. Con il tempo sono aumentate anche le dimensioni degli ombrelli fino a che Magnani ha



Corradi
Dai 9.000 ombrelloni di un tempo si è balzati agli oltre 20.000. I dipendenti sono passati da 9 a 35 a cui hanno fatto seguito investimenti in capannoni e macchinari

deciso di lanciarsi sul mercato degli ombrelloni per le spiagge, andando a contrattare condizioni particolarmente vantaggiose per i primi bagnini che avevano deciso di sposare quell'idea per dare conforto ai loro clienti.

«A oggi — racconta l'ad Romano Corradi — abbiamo ancora degli ombrelloni da spiaggia di quella prima serie. Solo due anni fa il bar Carpe Diem di Cattolica ha voluto le stecche degli ombrelloni in bambù con il fusto del 1948». Alla morte del fondatore, avvenuta a 50 anni, c'è stato un momento di impasse lungo 4 anni; nel 1994 l'azienda ha dovuto fare i conti con un bilancio che non tornava. A quel punto le aziende di tessitura Fabbri e Selva, con cui c'erano importanti rapporti di fornitura, hanno acquisito le quote dell'azienda. Nel capitale della ditta c'è anche la Smeca che negli anni '70 realizzò con la Magnani i lettini in alluminio. Le nuove quote hanno portato in dote l'onda d'urto produttiva dell'industria. «Dai 9.000



ombrelloni di un tempo — aggiunge — si è balzati agli oltre 20.000. I dipendenti sono passati da 9 a 35 a cui hanno fatto seguito investimenti in capannoni e macchinari. Magnani realizza circa 30.000 ombrelloni all'anno di cui 20.000 ex novo». E le loro tele godono anche di una seconda vita. Quando sono a fine corsa per

la tintarella vengono cedute alla Rimini Rimini che le trasforma in borse da mare. «Inoltre gli ombrelloni che sono ancora in ottimo stato li rivendiamo in Albania che è un po' la nostra porta per l'Est».

La Magnani ha tenuto duro nonostante l'effetto Bolkestein. «Delle imprese sono già salta-

Storia
Un'operaia dà gli ultimi ritocchi a una partita di ombrelloni nel magazzino cesenate della Magnani R. T.

te. I bagnini non investono nell'ammodernamento perché c'è incertezza politica e mancanza di linee guida sul futuro. Tutto questo si è tradotto in un 40% in meno di fatturato che sono riusciti a ripianare parzialmente con l'export e riuscendo a restare in piedi per più tempo di alcune concorrenti di cui abbiamo incamerato parte dei loro ordini».

Oggi gli ombrelloni e i lettini con l'etichetta Magnani sono sparsi lungo le coste italiane, in Egitto, Costa Rica, Mar Nero, Russia. «I ricavi del 2015 ammontano a 5 milioni, con un +7% rispetto al 2014. L'export pesa per il 12%».

Anche se il prodotto è decisamente estivo, il lavoro dell'azienda va avanti tutto l'anno. Si gettano le basi della stagione successiva nel mese che va da Ferragosto a metà settembre. In quell'arco di tempo la forza commerciale va a caccia di nuovi clienti che alimentano gli ordini del ciclo produttivo della storica Magnani R. T..

Alessandro Mazza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

INNOVATORI

Anche Modena in **pista** con l'auto senza pilota

Con il progetto Hercules, Unimore sta realizzando un software di guida automatica. A fine anno il primo prototipo. Bmw, Porsche e Volkswagen interessate. E intanto Vislab trova casa all'ateneo di Parma

Le dimensioni saranno poco più grandi degli attuali smartphone, ma il kit a cui stanno lavorando quasi 50 ricercatori modenesi e su cui Bmw, Porsche e Volkswagen hanno già puntato gli occhi, non servirà a telefonare o a navigare in internet. Sarà invece il cervello delle auto del futuro, quelle che non avranno più bisogno dell'uomo per viaggiare (e parcheggiarsi). La sfida dell'automotive guarda infatti con interesse a questa piccola scatola «magica» che entro la fine del prossimo anno uscirà dai laboratori dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Per l'esattezza dall'High-Performance Real-Time Lab del Dipartimento di Scienze Fisiche, Informatiche e Matematiche, capofila del Progetto Hercules finanziato con oltre 3 milioni di euro dalla Commissione europea nell'ambito di Horizon 2020. Mentre all'ateneo di Parma si posa la prima pietra dell'impianto di Vislab, il laboratorio che ha già prodotto quattro veicoli automatici elettrici, comprato dagli americani di Ambarella, a Modena l'auto che si pilota da sé è già realtà.

L'obiettivo è realizzare un software che permetta la guida autonoma dei veicoli occupando

poco spazio a bordo riducendo il prezzo di vendita e il consumo energetico. Particolari di non poco conto, considerando che gli attuali sistemi prototipali di guida automatica messi a punto dai colossi Mercedes, Audi o Toyota — come da Google, Apple e Tesla — dovendo ricorrere a piattaforme computazionali complesse con migliaia di miliardi di operazioni elaborate ogni secondo, necessitano di sistemi costosi e spesso ingombranti, che oltre ad occupare buona parte del bagagliaio richiedono anche fino a 3 kilowatt di potenza, quasi come un generatore di casa.

La mole dei dati da processare ogni secondo per rendere la guida automatica sicura è infatti impressionante, poiché si tratta di analizzare in tempo reale informazioni provenienti da telecamere, sensori e gps, renderle predicibili per poi intervenire con una deviazione, una sterzata oppure una brusca frenata. La scelta dei ricercatori di Unimore è stata allora quella di sfruttare piattaforme di elaborazione di ultima generazione che integrano migliaia di core sullo stesso sistema: «In un programma di guida automatica girano tanti processi: da quello che legge i segnali del radar e dei sensori a



Hi-tech Il prototipo di Hercules con lo staff di Unimore. Il professor Marko Bertogna è il secondo da destra in prima fila

quello che deve calcolare il percorso, prevedere la traiettoria, frenare — spiega il professore Marko Bertogna, coordinatore del progetto — C'è dunque una serie di task che girano su questa piattaforma e che devono eseguire il loro compito in maniera predicibile. Quando si passa ad un sistema integrato la difficoltà sta nel fatto che un task può invadere l'altro, man-

dando così il sistema in tilt». Insomma: un'operazione di ingegneria informatica di un certo spessore che di fatto vede il coinvolgimento dei centri di ricerca italiani (ed europei) più all'avanguardia in questo settore.

Con Unimore infatti lavorano a Hercules i Politecnici di Zurigo e Praga, Airbus, Magneti Marelli, Evidence, Pitom. Manifestazioni di interesse sono state sotto-

scritte da Bmw, Porsche, Volkswagen, Autoliv e Continental, entrate a far parte dell'Industrial Advisor Board del progetto attraverso cui si seguono i lavori e propongono soluzioni: «Le varie compagnie presenti diventeranno di diritto "early adopter", ovvero primi utilizzatori del nostro framework, per sistemi real-time altamente innovativi nei rispettivi domini applicativi —

spiega Bertogna — Il mercato si sta dimostrando ricettivo in tal senso e una soluzione come la nostra si rivolge alle realtà industriali e vuole rispondere a esigenze produttive concrete». Un settore — quello delle architetture real-time per sistemi autonomi — sempre più in evoluzione e che non riguarda solo l'automotive. Nell'Industrial Advisor Board di Hercules ci sono infatti aziende di più ambiti, come avionica (Finmeccanica/Leonardo, Honeywell, Selex, Mbda) e automazione industriale (Ima, Sacmi). Il progetto partito a gennaio si concluderà a dicembre 2018, ma verso la fine del prossimo anno sarà realizzato il primo prototipo. Già identificate sia le piattaforme hardware di riferimento, che gli specifici casi d'uso che verranno usati per dimostrare e validare la tecnologia ottenuta: un sistema di parcheggio automatizzato sviluppato da Magneti Marelli e un sistema di monitoraggio e auto-localizzazione degli aeroplani, fornito da Airbus. Poi toccherà alla guida autostradale automatica, magari anche su veicoli italiani. Le trattative sono in corso, il progetto piace. E forse si parte proprio da Modena.

Gaetano Cervone

© RIPRODUZIONE RISERVATA

140

CORRIERE DELLA SERA

DALLE DOLOMITI ALLA SICILIA SCOPRI L'ITALIA IN MOTO

LE STRADE PIÙ BELLE DELLA PENISOLA DA PERCORRERE SU DUE RUOTE

Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport, in collaborazione con il Touring Club Italiano, presentano *L'Italia in moto*. 50 itinerari spettacolari, dal Piemonte alle Marche, dal Veneto alla Sardegna, tra montagne mozzafiato e tracciati a picco sul mare. La guida raccoglie le carte stradali degli itinerari, alberghi e ristoranti *bikers friendly* e tutte le informazioni utili per la vacanza *on the road*. Cosa aspettate, siete pronti a mettervi in moto?

336 PAGINE
50 ITINERARI

**LA GUIDA "L'ITALIA IN MOTO"
IN EDICOLA A SOLI € 12,99***

Touring Club Italiano

CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

FOOD VALLEY

Allevamenti ovini in calo sulla via Emilia Colpa dei **lupi** e dei prezzi in picchiata

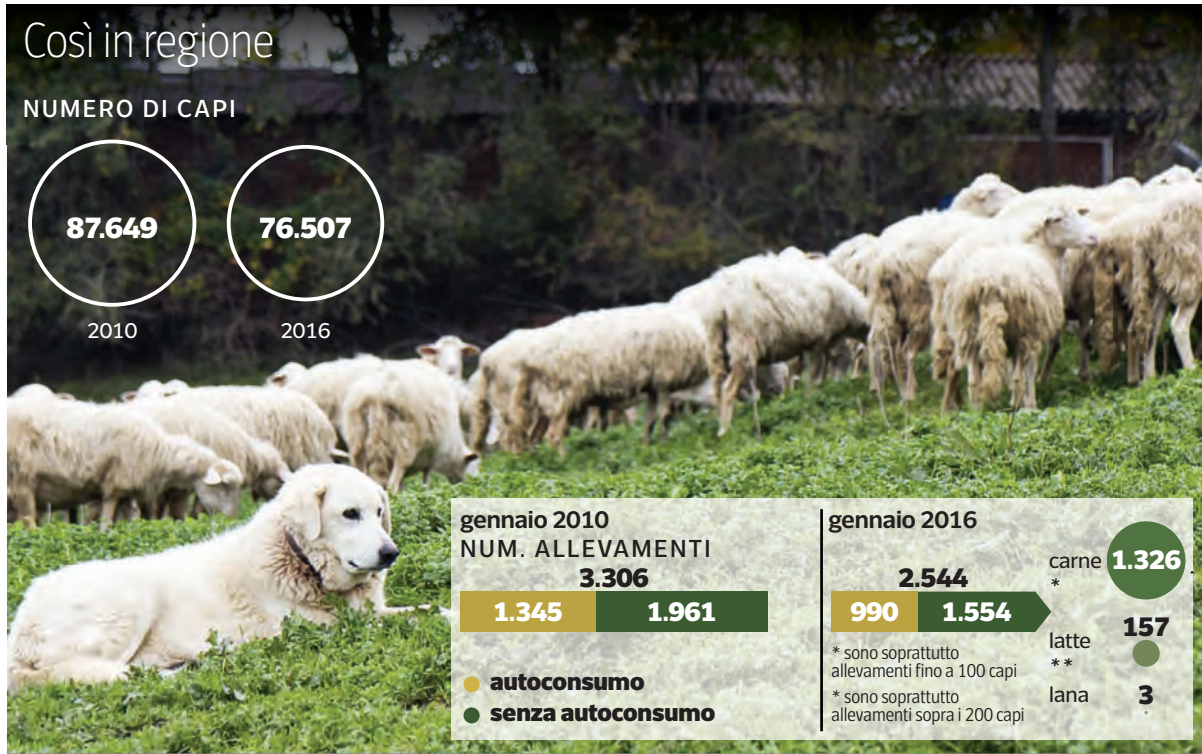
Dato in controtendenza rispetto a quello nazionale. Nel 2015 uccise 300 pecore

Gli allevatori ovi-caprini della via Emilia sono sempre meno. A decretare la scomparsa in sei anni di circa 762 aziende dedite alla pastorizia sono stati il ripetersi di attacchi di lupi e una forte competizione del mercato, giocata su una concorrenza al ribasso dei prezzi di carni e formaggi. Un andamento che risulta però in controtendenza rispetto a quello nazionale dove invece si registra una ripresa dell'intero comparto.

In base a un'analisi realizzata dalla Coldiretti Emilia-Romagna per *Corriere Imprese* — sulla base di dati dell'Anagrafe nazionale zootecnica — gli allevamenti ovi-caprini in regione sono passati da 3.306 nel 2010 a 2.544 all'inizio del 2016. Un calo del 23% che ha spinto l'associazione degli imprenditori agricoli a porre l'attenzione sul settore: l'ultimo anno ha visto diminuire la produzione di carni, latte e formaggi del 5,2% su base regionale. Il numero di animali presenti nelle fattorie è calato del 12,7%; l'anno scorso erano 76.507, 11.142 in meno rispetto al 2010.

«Una delle cause dell'abbandono — spiega Mauro Tonello, presidente di Coldiretti Emilia-Romagna — sono i continui attacchi di lupi e cani rinselvatichiti. Questi, oltre a decimare le greggi, influiscono sulla produzione di latte degli animali con una pesante riduzione dei fatturati aziendali». Infatti, sempre secondo le stime di Coldiretti, lo scorso anno in Emilia-Romagna sono stati uccisi almeno 300 capi tra pecore e capre. Numeri che stanno scoraggiando l'attività di allevamento e mettendo a dura prova il lavoro dei pastori, diventato sempre più complesso e oneroso. Oltre ai danni per gli animali uccisi si aggiungono quelli derivanti dallo stress: gli assalti dei predatori spaventano gli animali al punto da indurre aborti e farli produrre meno latte.

«Non è più possibile la-



sciari pascolare allo stato brado così come facevamo prima — spiega Andrea Preci, titolare dell'azienda «Il buon pastore» di Montefiore Conca, sui colli riminesi — Dal 2013 abbiamo una coppia di lupi che ci ha già ucciso una ventina di pecore e il nostro fatturato è calato di quasi 15.000 euro all'anno». Una situazione a cui ha posto rimedio con una maggiore vigilanza su greggi e mandrie, sottraendo però tempo ad altre attività redditizie all'interno delle fattorie. «Ho costruito dei recinti, ho preso dei cani da pastore, ma devo comunque essere sempre presente — continua Preci — Il lupo è come un ladro, studia i tuoi movimenti per capire quando colpire. Per ridurre gli attacchi servirebbe una prevenzione attiva partendo da un monitoraggio conti-

nua».

A influire sull'andamento delle aziende ovi-caprine c'è anche un aspetto legato al mercato dove, secondo il numero uno della Coldiretti, nell'ultimo periodo si sono inseriti produttori che vendono le loro merci a prezzi ribassati. «Una competizione che danneggia qualità ed eccellenze del nostro territorio» insiste Tonello. Sfogliando il report, infatti, sui 2.544 allevamenti presenti in regione, 990 producono solo per l'autoconsumo, mentre quelli aperti al mercato sono 1.544. Di questi, 1.326 sono aziende che forniscono soprattutto carne, 157 latte e 3 si dedicano alla lana. Di conseguenza il latte delle pecore della via Emilia contribuisce a produrre ben 6 dei 12 formaggi iscritti all'Albo dei prodotti

tradizionali della regione mentre le carni ovi-caprine hanno ottenuto la certificazione Igp grazie all'agnello del centro Italia.

Ma per il numero uno della Coldiretti regionale c'è altro: «Il rischio che alla lunga queste attività scompaiano è sempre più concreto. Un pericolo potrebbe celarsi anche dietro al Ttip (Trattato transatlantico sul commercio e gli investimenti), l'accordo commerciale per la libera circolazione di merci e servizi tra Europa e Stati Uniti — ragiona — Come associazione da tempo chiediamo chiarezza su diversi passaggi. In particolare su certificazione, origine e tracciabilità dei prodotti in modo da tutelare chi punta sulla qualità».

I lupi però sono solo un tassello di un problema più ampio: tra uccelli, nutrie e cinghiali che rovinano i raccolti, i danni da animali selvatici subiti nell'ultimo anno dalle aziende agricole dell'Emilia-Romagna superano i 2,3 milioni di euro.

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Packaging

Euro Company



Studentessa dell'Isia crea confezioni innovative per la frutta secca

Linnovazione passa anche dal packaging alimentare. È di Anna Togni, una 25enne dell'Istituto superiore per le industrie artistiche di Faenza, il primo studio sull'utilizzo dei contenitori monodose per la frutta secca. A finanziarglielo è stata Euro Company Srl di Godo Russi, leader nazionale in questo settore con oltre 15.000 tonnellate l'anno di prodotti venduti, per un totale di oltre 100.000 confezioni.

L'obiettivo iniziale di questa ragazza di Ravenna era trovare nuove forme di packaging, in base alle tecnologie esistenti e ai diversi target commerciali nel comparto alimentare. Così è nato «7fruit»: un progetto che propone tre formati monodose da 30 grammi, contenenti un mix di frutta disidratata, a guscio e semi oleosi. Ci sono le buste quadrate con il nome del giorno della settimana per cercare di incentivare uno stile di vita sano, le buste rettangolari con un cartoncino che ne facilita l'apertura, e le vaschette pensate per un nuovo mercato come quello delle mense e degli ospedali. «Per un'azienda alimentare come la nostra, il packaging design è un elemento fondamentale — sottolinea Ivan Tabanelli, responsabile marketing di Euro Company —. Per i prossimi mesi abbiamo in programma di finanziare la realizzazione di tesi anche in altre discipline, ospitando i ragazzi direttamente in azienda e selezionando giovani volenterosi, brillanti e capaci. Credo che oggi più che mai ci sia bisogno d'investire sui giovani e di aiutarli a credere in sé stessi».

Francesca Candioli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 4 luglio
All'Università di Parma presentazione del master in Web communication e Social media, alle 11 in aula K10 di via D'Azeglio 85.

● 4 luglio
A Bologna il convegno «Fashion. Strategie di valorizzazione del sistema moda regionale», dalle 14 alle 17 in viale Aldo Moro 30

● 5 luglio
Alla Camera di commercio di Reggio Emilia il seminario dedicato agli aspetti contrattuali dei rapporti con controparti straniere. Dalle 9 alle 13 in piazza della Vittoria 3

● 5 luglio
A Bologna si presenta il progetto «Mech Usa 2016» in via San Domenico 4, dalle 10.30 alle 13

● 6 luglio
Alla Business School di Bologna si parla di fashion e innovazione 2.0. A Villa Guastavillani, dalle 16.15 alle 19.30

● 6 luglio
A Reggio Emilia l'incontro «Affamati di Innovazione. Ricette per fare impresa guardando al digitale e ai nuovi mercati», dalle 16 a palazzo Scauruffi in via Crispi 3

Stagione per stagione

Un incrocio tra **susina** e albicocca La novità dell'estate si chiama Metis

di **Barbara Bertuzzi**

Euna prugna-albicocca molto buona. Da mangiare. «Abbiamo puntato sull'alta qualità: la nuova susina Metis rappresenta un modello da seguire nel nostro panorama frutticolo». Giancarlo Minguzzi la produce e commercializza ad Alfonsine (Ravenna) attraverso l'Op che porta il suo nome, socia del Club (insieme alla cooperativa romagnola Granfrutta Zani, alla spagnola Royal e alla francese Blue Whale) che ne detiene in esclusiva il marchio e la vendita in Europa.

Profumata, croccante e dolcissima, si presenta così: «Di calibro non inferiore a 50 millimetri di diametro, ha preso dall'albicocca la solidità della polpa mentre dalla prugna sia l'aspetto che il sapore». Costituita dal genetista californiano Glen Bradford, che l'ha tradotta in nove varietà destinate a coprire l'ampio arco di raccolta

(ma ce ne sono già altre in sperimentazione), è giunta oramai alla sua terza campagna e si distingue per il colore esterno in: Metis Oxy con buccia nera e polpa rossa; Metis Safari, tigrata e rossa all'interno poi Metis Tonic che è invece rossa con la polpa rosata.

Previsioni per l'annata in corso? «Stimiamo di raddoppiare la produzione italiana del 2015 toccando le 1.000 tonnellate (4.000 in Ue) e di arrivare a 3.000 entro il 2020». La coltivazione si concentra tutta, per ora, nelle province di Cesena e Ravenna, «l'area più vocata che è in grado di garantire il giusto equilibrio di zucchero e acidità, dove operano frutticoltori specializzati capaci di seguire a puntino ogni fase di sviluppo perché Metis, in campo, ha bisogno di attenzioni: gli impianti non devono essere troppo fitti e occorre diradare almeno due



Il frutto

Il susino europeo o prugno europeo è una pianta della famiglia delle Rosacee che produce i frutti noti col nome di susina o prugna. Tra le varietà anche «Metis», il primo in Europa di una serie di nuovi ibridi di susino per albicocco licenziati da Glen Bradford

volte». Ma precisa: «Contiamo di estenderla presto anche fuori Regione: le richieste non mancano».

La stagione di raccolta comincia i primi di luglio e si chiude a settembre, con varietà tardive (tra cui la diffusa September Jammy) dotate di una shelf-life che ne permette la distribuzione anche fino a novembre. «I produttori sono soddisfatti del prezzo, nel 2015 — taglia corto Minguzzi — hanno incassato da 1 a 1,2 euro al chilo. Speriamo di mantenere le stesse quotazioni anche quest'anno».

L'export? «Più della metà del raccolto va all'estero: Inghilterra, Scandinavia, Germania e Austria». Quali gli sbocchi più ambiti in Italia? «I canali della Gdo che sappiano apprezzare il prodotto: Conad ha risposto bene, adesso aspettiamo gli altri...».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA LIBRERIA FIRMATA CORRIERE



CORRIERE DELLA SERA BY KRIPTONITE

Corriere della Sera firma la libreria Krossing, un elegante complemento d'arredo proposto a un prezzo veramente speciale. Realizzata dal marchio italiano Kryptonite, dal design moderno, completamente in **alluminio con finitura bianco lucido** e **facile da montare**, si adatta ad ogni tipo di ambiente.

CONSEGNA GRATUITA

versione quadrata (100x100 cm)

PREZZO LANCIO ~~306€~~ **249€**

Disponibile anche nelle versioni



orizzontale (133x50 cm)

~~216€~~ **179€**



verticale (34x150 cm)

~~240€~~ **199€**

SOLO FINO AL 10 LUGLIO

in esclusiva su
CORRIERE**STORE**
C



OPINIONI
& COMMENTI

L'editoriale

Brexit e Ttip,
un'occasione
«europea»

SEGUE DALLA PRIMA

È difficile anche solo immaginare come sarà il futuro per la nostra regione e le nostre imprese. Ancora troppe sono le variabili in gioco. Nel 2015 le imprese dell'Emilia-Romagna hanno esportato beni verso la Gran Bretagna circa 3,4 miliardi euro, il 6,3% del totale delle esportazioni regionali. Ma l'effetto più pericoloso per le nostre imprese potrebbe venire da un indebolimento dell'Unione Europea nel suo complesso, indebolimento economico ed istituzionale. L'impatto economico potrebbe essere limitato se i rapporti tra Europa e Regno Unito si struttureranno come quelli che l'Unione ha con la Norvegia, Paese parte della European Economic Area che garantisce libera circolazione di merci (con qualche eccezione) e persone e partecipa al finanziamento di svariati progetti europei. Se invece ci si indirizzerà verso una integrazione minore l'impatto sulle nostre esportazioni potrebbe essere più importante. Molto dipenderà anche da se e quanto la sterlina si svaluterà nel lungo periodo. Una Gran Bretagna che si isola indebolisce se stessa e allo stesso tempo il mercato europeo.

È l'Unione Europea la dimensione minima in grado di confrontarsi con Stati Uniti o Cina. L'approvazione del TTIP diventa ancora meno probabile con l'uscita dalla Ue del suo principale sostenitore. Ma non è bloccando il TTIP o indebolendo le prerogative di Bruxelles sicché aumentano i margini di manovra delle imprese nazionali. L'uscita della Gran Bretagna è una occasione importante per un'Europa che deve rispondere alle esigenze dei suoi cittadini, in particolare di chi, dalla globalizzazione ha avuto più da perdere: soprattutto le fasce deboli con meno competenze e le imprese medio piccole, queste ultime spina dorsale di molti Paesi europei. Se questo accadrà, si potranno difendere gli interessi europei anche all'interno di accordi difficili come il TTIP. Le reazioni nel Regno Unito stanno dimostrando come la vita fuori dall'Unione non sarà poi così facile. La grande confusione a cui stiamo assistendo non porterà forse ad una situazione eccellente, ma perché non provarci?

Giorgio Prodi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289

oppure a:

andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



Il controcanto di Massimo Degli Esposti

CHIESI, VIAGGIO NEGLI USA ALLE FONTI DELL'INNOVAZIONE



Poche aziende in Italia e a maggior ragione in Emilia-Romagna, hanno il dinamismo e la vitalità del gruppo farmaceutico parmigiano Chiesi. Quando circa un anno fa chiedemmo al presidente Alberto Chiesi quali fossero i suoi obiettivi a breve termine non ci rispose con numeri di fatturato, bensì con quelli degli investimenti. «Vorremmo poter investire in ricerca almeno 500 milioni all'anno, oggi ne investiamo 290, vale a dire il 20% circa del nostro fatturato» ci disse, dimostrando quanto sia rivoluzionaria la strategia di un gruppo che vede

i ricavi come la leva per finanziare l'innovazione, quindi lo sviluppo, e non viceversa.

Una controprova si è avuta una decina di giorni fa quando è stata annunciata l'acquisizione dalla statunitense The Medicines Company dei diritti di commercializzazione a livello mondiale di tre nuovi farmaci superspecialistici ad uso ospedaliero, già approvati per il mercato americano e ora in procinto di essere commercializzati anche in Europa. Si tratta dell'antipertensivo Cleviprex e dell'anticoagulante per iniezione Argatroban.

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Il quadro speculativo dell'euroterremoto



Fare numeri sarebbe un'inutile esercizio e, soprattutto, un'inutile ripetizione di quanto già riportato nei giorni scorsi. In particolare, all'indomani dell'esito del referendum con cui la maggioranza dei cittadini del Regno Unito ha scelto di uscire dall'Unione Europea. Non significa, però, dimenticare il consistente calo che ha colpito l'indice azionario italiano. Trascinato al ribasso dalle quotazioni del comparto bancario. Che, naturalmente, ha coinvolto anche le banche dell'Emilia-Romagna. Direttamente, con Banca Popolare dell'Emilia Romagna, o indirettamente, tramite Intesa San Paolo o Unicredit di cui fanno parte alcune realtà locali. I crediti deteriorati, il cui peso è importante in molte banche, sono alla base dell'instabilità dei prezzi di mercato di gran parte delle banche italiane, ma non solo. In attesa che, finalmente, l'Ue trovi la compattezza necessaria a risolvere il problema. Compattezza va cercando ch'è sì cara come sa chi per le vita rifiuta! Certo è un bel volo pindarico, dall'attualità al Purgatorio dantesco, dove compattezza sostituisce libertà. Ma un volo necessario perché l'Ue

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA

finalmente detti i ritmi delle prospettive economiche e finanziarie. In modo tale da mettere in angolo quell'attività speculativa in grado, in pochi attimi, di affossare i mercati finanziari stessi. In assenza di certezze, in assenza di difesa da parte della Bce, il comparto azionario è senza protezione alcuna. E non importa se i fondamentali di una parte importante delle aziende quotate ha buoni fondamentali e buone prospettive. Ciò che conta, in talune situazioni, è l'invio di ordini multipli a velocità sostenute e per importi rilevanti: così dettano gli algoritmi ormai padroni delle Borse. Che effetti negativi modesti hanno mostrato nel comparto obbligazionario, dove la Bce è pronta ad acquistare titoli governativi e societari. Preoccupazione sì, vedendo le perdite in conto capitale. Timori meno, perché la caduta dei prezzi incarna momenti difficili per le banche, ma, soprattutto, momenti felici per chi opera in qualità di «ribassista». E il quadro che ne esce non è quello reale, ma quello che vuole la componente speculativa del comparto borsistico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Le corporate academy, uno strumento strategico al servizio delle aziende

In un recente lavoro, promosso dalla Regione e da Aster, Nomisma ha censito le 120 imprese dell'Emilia-Romagna più grandi in termini di fatturato (100 del manifatturiero e del terziario, 20 dei servizi finanziari) e rilevato la presenza di 29 corporate academy. Le aziende che si sono dotate di corporate academy sono generalmente imprese di eccellenza, che crescono, investono e innovano: la presenza di risorse umane qualificate, inserite in un contesto che offra possibilità di apprendimento e confronto, anche a livello internazionale, è una delle chiavi di questa eccellenza.

Le motivazioni che hanno spinto le aziende a dotarsi di academy sono estremamente variegata, ma è possibile ricondurle ad alcuni ambiti tematici comuni: mantenere lo specifico know-how azienda-

le e garantire la trasmissione di competenze innovative e avanzate; «sviluppare i talenti», ovvero individuare, all'interno delle organizzazioni, figure ad alto potenziale di crescita; stimolare i manager a conquistare una leadership di pensiero all'interno e all'esterno dell'azienda, per pianificare e gestire in maniera strategica la crescita e il cambiamento; creare e condividere una cultura unitaria dell'impresa, soprattutto nei momenti di transizione dovuti ad acquisizioni, fusioni o ampliamenti di mercato; essere un laboratorio di innovazione in cui vengono proposti nuovi progetti da sviluppare.

Un aspetto potenzialmente critico è che sono pochi e soprattutto informali i collegamenti tra le corporate academy, mentre quasi tutte le academy hanno collegamenti

con Università e istituti formativi.

Le attività di formazione svolte dalle Academy, oltre a essere un elemento qualificante dell'impresa, possono rappresentare un fattore che arricchisce il territorio nel suo complesso; in particolare se tale formazione ma viene messa a disposizione di imprese più piccole e di altri attori economici del territorio e non solo rimane confinata alle risorse umane interne all'impresa. Perché ciò avvenga i policy-maker devono avere un ruolo centrale nella governance del processo, monitorandole e integrandole all'interno del sistema regionale dell'alta formazione in modo che diventino un elemento rilevante della strategia di crescita dell'intero territorio.

Concetta Rau

Responsabile Area Innovazione e Assistenza Pubblica

Amministrazione di Nomisma

Sara Teghini

Consulente di Nomisma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Andranno ad arricchire il portafoglio dell'azienda nei farmaci cardiovascolari. Stupisce il valore dell'operazione: 262 milioni di dollari di acconto immediato, che possono diventare 742 milioni nel caso in cui la commercializzazione producesse negli anni livelli di ricavi prefissati. Sono cifre che è poco definire importanti per un gruppo che, pur in crescita l'anno scorso del 9,4%, non arriva ancora a fatturare un miliardo e mezzo di euro (1,46 miliardi per l'esattezza).

L'amministratore delegato Ugo Di Francesco ha parlato di «una visione che vede nell'internazionalizzazione un asset strategico», in particolare sul mercato statunitense che «offre grandi opportunità di crescita potenziali». Ma ancora una volta non sono i ricavi immediati il vero obiettivo, né i consumatori americani il target. Come ci spiega il presidente Alberto Chiesi «il 50% dell'innovazione farmaceutica nasce in America ed è lì che anche noi vogliamo essere, come accreditati attori dell'industria farmaceutica». E infatti, a pochi giorni dall'annuncio dell'operazione, sarebbero già arrivate dagli Stati Uniti al quartier generale di Parma decine di proposte riguardanti farmaci innovativi. L'epopea western della Chiesi, insomma, sembra solo all'inizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Banca di Romagna, gli ex vertici rispondono alla Negri Zamagni: «L'istituto non era in crisi»

Abbiamo letto l'articolo intitolato «In Romagna rovinata da crisi e localismi», pubblicato il 20 giugno 2016 pagina 3 dell'inserto *Corriere Imprese*, recante un'intervista rilasciata dalla professoressa Negri Zamagni, la quale, a proposito della situazione di Cassa di Risparmio di Cesena, scrive: «Qui i problemi per la gran parte sono stati prodotti dalla Banca di Romagna, Faenza e Lugo, una sua controllata: quando si sono accorti della sua mala gestione l'hanno incorporata e han cercato di affrontarne i problemi».

L'affermazione non corrisponde al vero ed è contraddetta dai seguenti dati oggettivi che avrebbero meritato una verifica, soprattutto da parte di chi dovrebbe essere abituato, come storico, ad una ricerca delle fonti:

1) Banca di Romagna fu incorporata nell'ottobre del 2013 al dichiarato fine di meglio patrimonializzare Cassa di Risparmio di Cesena come più volte dichiarato da quest'ultima, precisando che l'operazione era voluta da Banca d'Italia proprio a tale fine;

2) la grave perdita, evidenziata nel bilancio 2015 (superiore ai 250 milioni di euro), risulta quasi integralmente imputabile agli accantonamenti su crediti deteriorati di Cassa di Risparmio di Cesena e non di Banca di Romagna;

3) Banca di Romagna, dopo la fusione, fu valutata nel bilancio di Cassa di Risparmio di Cesena con un assai rilevante valore di avviamento, segno inequivocabile della valorizzazione di una Banca affatto in crisi;

4) vi fu una ferma opposizione di diverse realtà locali all'incorporazione di Banca di Romagna in Cassa di Risparmio di Cesena proprio per il timore (poi rivelatosi realtà) che il patrimonio di Banca di Romagna potesse venire azzerato ed assorbito dal grave deficit di Cassa di Risparmio di Cesena;

5) non a caso, non risulta nessun procedimento disciplinare promosso da Banca d'Italia o da CONSOB a carico degli ex esponenti di Banca di Romagna.

per conto di un gruppo di ex esponenti della Banca di Romagna spa

avvocato Luigi Capucci

Gli ispettori di Visco a Rimini

Carim, Bankitalia e mercati fanno slittare l'aumento di capitale

Macchine indietro per l'aumento di capitale da 40 milioni di Banca Carim, prima tranche dei 100 milioni necessari al rafforzamento. Due i motivi: la debolezza dei mercati e l'avvio di una ispezione di «flow up» di Bankitalia. I vertici, riuniti giovedì scorso, si dicono «tranquilli» sull'esito dell'ispezione confermando che i ratios patrimoniali sono ancora in equilibrio e la ripatrimonializzazione può slittare all'autunno senza compromettere la stabilità della banca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

RCS Edizioni Locali s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Angelo Rizzoli, 8
20132 Milano

Registrazione Tribunale di Bologna
n. 8389 del 16/9/2015
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright RCS Edizioni Locali s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna
parte di questo quotidiano può essere

riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Padova S.p.A.
Corso Stati Uniti, 23 - 35100 Padova
Tel. 049.870.00.73

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana



www.poliedil.it

*Rottama i tuoi vecchi serramenti,
e vivi un nuovo mondo di luce, silenzio e sicurezza.*

Cogli subito tutti i vantaggi e
la convenienza poliedil



**Finanziamento
30 mesi tasso zero**



Migliori la classe di appartenenza
al tuo alloggio.



Riduci le spese di riscaldamento
e di condizionamento.



Abbatti i rumori molesti.



Riduci le intrusioni dei ladri con i
vetri-camera antisfondamento e...vieni
a scoprire le altre convenienze nei nostri show room.



**l'ecobonus
del 65% di
detrazione fiscale
finisce nel 2016!**

poliedil
PORTE & FINESTRE

Show room Poliedil a Bologna: • Bargellino Via Bizzarri, 21 - TEL. 051 311660 • Due Madonne Via Rivani 99/C - TEL. 051 6012099